97-84188-4

Garr, Max

Die wirtschaftlichen Grundlagen des...

Wien

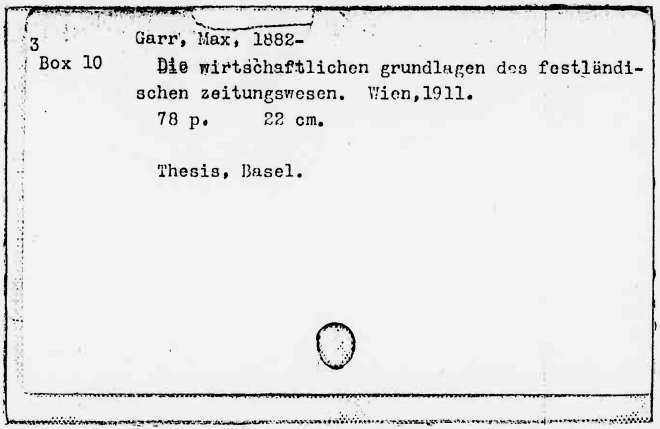
1911

97-84188-4
MASTER NEGATIVE #

COLUMBIA UNIVERSITY LIBRARIES
PRESERVATION DIVISION

BIBLIOGRAPHIC MICROFORM TARGET

ORIGINAL MATERIAL AS FILMED - EXISTING BIBLIOGRAPHIC RECORD


3
Box 10

Garr, Max, 1882-
Die wirtschaftlichen grundlagen des festländischen zeitungswesen. Wien,1911.
78 p. 22 cm.

Thesis, Basel.

RESTRICTIONS ON USE: *Reproductions may not be made without permission from Columbia University Libraries.*

TECHNICAL MICROFORM DATA

FILM SIZE: 35mm REDUCTION RATIO: 10:1 IMAGE PLACEMENT: IA (IIA) IB IIB

DATE FILMED: 9-12-97 INITIALS: AP

TRACKING # : 27409

FILMED BY PRESERVATION RESOURCES, BETHLEHEM, PA.

M

3
Box 10

Die wirtschaftlichen Grundlagen des festländischen Zeitungswesens.

Dissertation zur Erlangung der Doktorwürde, einer hohen philosophischen Fakultät der Universität Basel eingereicht

von

Max Garr in Wien

Wien 1911
Nicht im Buchhandel

Die wirtschaftlichen Grundlagen des festländischen Zeitungswesens.

Dissertation zur Erlangung der Doktorwürde, einer hohen philosophischen Fakultät der Universität Basel eingereicht

von

Max Garr in Wien

Wien 1911
Nicht im Buchhandel

Genehmigt von der philologisch-historischen Abteilung der philosophischen Fakultät auf Antrag der Herren Professoren Dr. BAUER und LANDMANN.

Basel, den 1. Juli 1911.

JOHN MEIER, Dekan.

Inhalt

Die historischen Grundlagen.

Seite

I. Druck und Zeitung als kapitalistische Gestaltungen . . . 5–17
II. Nachrichtenversorgung und Telegraphenagenturen . . . 19–30

Die aktuellen Grundlagen.

III. Aufwand und Kapitalsbedarf der modernen Zeitung . . 31–40
IV. Budget und Rentabilität bei der modernen Zeitung . . . 41–56
V. Papier, Satz, Redaktion 57–67
VI. Inseratenwesen und Inseratenvermittlung 69–74
VII. Überblick 75–78

I.

Mit der Erfindung der Buchdruckerkunst ist der Kapitalismus in die literarische Welt gekommen.

Die Zeitung ist von Anbeginn stärker und enger, denn irgendeine andere Form literarischer Produktion mit dem Buchdruck verwachsen und verknüpft gewesen. „Der Begriff der Zeitung," sagt Bücher*, „ist für uns unzertrennlich verbunden mit den Erscheinungen des Papiers und des Druckverfahrens; ja letzteres steht für unser Vorstellungsvermögen so sehr im Vordergrunde, daß das Werkzeug, dessen es sich bedient, die Presse, uns als Symbol des ganzen durch die Zeitung bezeichneten Kulturkreises dient und für ihn den Namen abgeben muß."

So ist das gedruckte Zeitungsblatt seit jeher im wesentlichen eine kapitalistische Hervorbringung, das Zeitungswesen eine essentiell kapitalistische Betriebsform.

Mag man die Uranfänge und ersten Spuren des Zeitungswesens wo immer suchen — die Zeitung in dem Sinne, in dem wir sie heute begreifen, entsteht erst mit dem Druckverfahren, ist ohne dieses nicht denkbar. Weder die *acta populi Romani, acta urbis, acta diurna* — in Wahrheit eine Art offizieller Bekanntmachung durch Anschlag —, noch die Geschäftsbriefe deutscher und italienischer Kaufleute des Mittelalters, in denen man wohl die Primordien der Zeitung erblicken will**, können

---

* Das Zeitungswesen. — Die Kultur der Gegenwart, Teil I, Abteilung 1. (Leipzig, 1906) S. 482.

** Vergl. Bode, Zur Entstehungsgeschichte der modernen Zeitung (in „Studien über das Zeitungswesen", Festschrift für Professor Koch, Frankfurt a. M., 1907) S. 165—189.

als solche angesprochen werden. Der römische *„acta legens"*, dessen Juvenal Erwähnung tut*, ist ebenso wenig ein Journalist, wie die *mercatores* und *negociatores*, deren guten Diensten die mittelalterliche Gesellschaft und Staatenwelt die Beförderung von Briefschaften und merkwürdigen Nachrichten vorzüglich zu danken hatte**. So lange der Druck nicht die engen Möglichkeiten handschriftlicher Weiterverbreitung ins Ungemessene ausgedehnt, ist überhaupt an eine Zeitung im heutigen Sinne des Wortes nicht zu denken. Erst der Druck schafft die Aussicht einer eigentlichen Verbreitung und einer wirklichen Öffentlichkeit allgemein interessierender Mitteilungen. Der Druck aber ist vom ersten Augenblick an ein Verfahren, das Kapital erfordert und kapitalistisch betrieben wird. Ein ganz neues, bis dahin unerhörtes ökonomisch-rechtliches Prinzip kommt mit ihm in die geistige Welt.

So lange die Handschrift das einzige Transportmittel für literarische Erzeugnisse ist, gibt es kein literarisches Eigentum und kein Verlagsrecht***. Als ein besonderes, durch eine Klage geschütztes Recht ist das Urheberrecht weder vom römischen Rechte, noch vom deutschen Rechte des Mittelalters anerkannt†. Der Prozeß des literarischen Lebens spielte sich vielmehr in vollkommener Freiheit ab. Der Autor verfaßte ein Werk, las es mitunter Freunden vor, gab auch diese oder jene Abschrift davon ein- oder schenkungsweise hin. Schließlich „edierte" er es, das heißt, er trug Sorge dafür, daß entweder durch ihn selbst, oder durch einen gewerbsmäßigen Buchhändler (Bibliopolen) eine Anzahl von Abschriften in Umlauf kamen. Das Recht zur Anfertigung und Verbreitung von Abschriften stand jedermann frei, sobald die Schrift aus dem Privatbesitze des Verfassers gelangt

* Sat. VII: *„Quis dabit historico quantum daret acta legenti"*. Nach G. Boissier (*Revue de philologie, nouvelle série*, III, pag. 14) ist der *acta legens* ein Reporter, was Kohler, Autorrecht in Jherings Jahrbuch für die Dogmatik des gesamten römischen und deutschen Privatrechts, XVIII. Bd., N. F. VI. Bd. (Jena 1880) S. 453 bestreitet. — Man wird wohl am besten mit Bücher, Die Entstehung der Volkswirtschaft (5. Aufl. Tübingen, 1906) S. 248, 249 in dem *acta legens* „ein Glied in der autonomen Güterversorgung des reichen aristokratischen Hauses" erkennen.

** Bode, l. c. S. 165—179.

*** Friedländer, Darstellungen aus der Sittengeschichte Roms (Leipzig, 1871), III. Teil, S. 326. — Wattenbach, Das Schriftenwesen im Mittelalter (3. Aufl., Leipzig, 1896), S. 535, 36.

† Lewis, Urheberrecht. (Rechtslexikon, hg. von v. Holtzendorff, 3. Aufl., III. Bd., 2. Hälfte (Leipzig, 1881). S. 957—962.

war: *„oratio publicata res libera est"* heißt es da wohl*. Während heute die Veröffentlichung eines Buches eine ganz klare und fest begrenzte Handlung ist, indem man es für das Publikum drucken läßt, wurde bei den Alten das betreffende Werk einfach mehrere Male abgeschrieben. „Donner un livre à ses amis ou le répandre dans le public ne différait que par la quantité des copies qu'on en faisait faire. La limite était indécise et il était bien difficile de dire à quel moment précis commencait vraiement la publication. Comme il y avait des degrès qui conduisaient insensiblement de cette publicité d'un ouvrage que l'on faisait lire à plusieurs personnes à sa publication véritable, le passage de l'une à l'autre pouvait se faire presque sans qu'on s'en aperçût"**. Als Vermögensobjekt galt das geistige Erzeugnis unter allen Umständen nur so lange, als es in den Händen des Verfassers war***. Jede vom Verfasser einmal aus der Hand gegebene Schrift konnte von jedermann, soweit er sich nicht durch Anstandsrücksichten gebunden fühlte, frei benützt und in Abschriften verbreitet werden. Ein Autor- oder Verlagsrecht war schon deshalb nicht möglich, weil es ja — und das war das entscheidende Moment für die Gestaltung jener Verhältnisse — an sicheren Merkmalen zur Unterscheidung berechtigter und unberechtigter Abschriften so gut wie ganz gefehlt hätte; diese gab erst die Buchdruckerkunst dem Buchhandel an die Hand†. Mochte auch der Bibliopole, dem der Autor sein Werk zur Anfertigung einer Anzahl von Abschriften überließ, durch sein geschultes Schreiberpersonal und durch seine geschäftlichen Verbindungen in der Massenproduktion einen weiten Vorsprung haben, so hinderte doch nichts den Privatmann, sich eine Papyrusrolle zu kaufen und den Text selbst abzuschreiben; er wird das Buch so noch immer billiger als im Laden bekommen haben††. Unter solchen Umständen konnte von Honorarzahlungen der Bibliopolen an Autoren — wie sie von einzelnen

* Dziatzko, Autor- und Verlagsrecht im Altertum. — Rheinisches Museum für Philologie, N. F. XLIX. Bd. (1894) S. 561, 572, 73.

** Boissier, Recherches sur la manière dont furent recueillies et publiées les lettres de Cicéron (Paris, 1863), S. 8. — Haenny, Schriftsteller und Buchhändler in Rom (Zürcher Dissertation, Halle 1884), S. 18, 19 widerspricht dieser Auffassung und nimmt eine klar determinierte, bewußte Handlung der „Edition" an.

*** Dziatzko, l. c. S. 565.

† Dziatzko, S. 574—576.

†† Schubart, Das Buch bei den Griechen und Römern (Handbücher der kgl. Museen zu Berlin), Berlin 1907, S. 137—139.

Philologen, besonders von Birt*, behauptet werden — gewiß nicht die Rede sein. Birt nimmt bei den antiken Autoren und Buchhändlern ganz moderne Verlagsverhältnisse mit Honoraren für bestimmte Auflagen, Prozenten von jedem verkauften Exemplar, Freiexemplaren etc. an; da er aber selbst zugeben muß**, daß ein so erworbenes Verlagseigentum der Bibliopolen jedes rechtlichen Schutzes entbehrt hätte, und daß sich auch nirgends Klagen der Bibliopolen über unbefugten Nachdruck finden, so muß die Annahme von Honorarzahlungen und Verlagsverträgen wohl als hinfällig angesehen werden, wie denn auch die überwiegende Mehrheit der philologischen und juristischen Autoren, die sich mit dem Gegenstande beschäftigt haben, aus den erwähnten guten Gründen das Vorhandensein von Verlagsabmachungen und Honorarzahlungen im antiken Schrifttume entschieden bestreiten***. Im übrigen hat ja im Altertum, wie auch lange noch in den späteren Zeiten, sogar tief bis in das 16. und 17. Jahrhundert hinein, die Anschauung vorgewaltet, daß es niedrig und erniedrigend sei, sich für seine geistigen Erzeugnisse direkt entlohnen zu lassen. Man nahm von hohen oder opulenten Gönnern, denen man Schriften dedizierte, Geschenke oder Pensionen an, aber sich vom Bibliopolen bezahlen zu lassen, wäre als deklassierend angesehen worden†. Galt doch der Stand der Buchhändler im ganzen als verächtlich††. Der bekannte Horazische Vers von dem guten Buche, das dem Verleger (den Brüdern Sosii) Geld, dem Verfasser aber Ruhm einbringt†††, bezeichnet charakteristisch den Zustand im antiken Schrifttum. Dem Autor ist es die Hauptsache, daß man sein Buch liest und ihn deshalb rühmt.

An diesen Verhältnissen hat sich auch im Mittelalter nichts geändert. An die Stelle der schreibkundigen Sklaven, die den Bibliopolen des Altertums die Abschriften besorgten, traten Schreibstuben, Kalligraphen und emsige Mönche. Wem die Mittel fehlten, Abschriften zu erwerben oder anfertigen zu lassen, der

* Das antike Buchwesen in seinem Verhältnis zur Literatur (Berlin, 1882), S. 343 u. f.

** S. 359.

*** Genaue Literaturangaben über diese Kontroverse bei Dziatzko, S. 559—561 und Haenny, S. 47.

† Dziatzko, S. 567, 574, 575; Haenny, S. 83; Schubart, S. 137—139.

†† Birt, S. 358.

††† Ep. II, 3. 345. — Vergl. Haenny S. 56, Schubart S. 139.

erbat sich wohl die Werke zur Abschrift und kopierte sie selbst*. Es findet sich die Notiz, in der ersten Hälfte des 15. Jahrhunderts habe es bereits Autoren gegeben, die ihre Schriften zugleich als Verleger vertrieben wie Dietrich Engelhus**; das sind aber wohl Ausnahmen gewesen.

Denn vom Grund aus umgestaltet haben sich diese Dinge erst, als um die Mitte des 15. Jahrhunderts die große Tatsache des neu entdeckten Druckverfahrens eintrat. „So lange das Abschreiben das einzige Mittel der Bücherverbreitung war, konnte von Schutz des literarischen Eigentums keine Rede sein. Denn dieses Mittel, sich ein Buch anzueignen, war jedermann an die Hand gegeben. Diese Art der Veröffentlichung war langsam, kostspielig und eignete sich nicht für Spekulationen. Erst die Buchdruckerkunst gewährte dem Autor ein leichtes Mittel, aus seinen Werken materiellen Nutzen zu ziehen, indem er dieselben zur Publikation einem Verleger gegen Honorar übertrug***". Wie denn alsbald auch die Verleger ihr Eigentum durch Privilegien und Nachdrucksverbote zu schützen suchten.

Um die Umwälzung zu ermessen, die nun durch Gutenbergs Erfindung eintrat, muß man sich den Zustand, der bis dahin auf dem Gebiete der literarischen Produktion geherrscht hatte, nochmals genau und ganz vergegenwärtigen.

Bisher war der Autor in voller Freiheit und Selbstbestimmung dagestanden. In seinem Belieben und in seiner Macht war es, eine Publikation in Umlauf zu setzen. Er bedurfte dazu nur der Hilfe einiger guter Freunde, die von dem Werke sprachen und Liebhaber dazu anregten, Abschriften davon zu machen oder machen zu lassen. War das Buch einmal im Kreislaufe des literarischen Lebens, so sorgte es selbst für sich; in keinem Falle bedurfte der Autor fremder, gewerbsmäßiger Intervention oder besonderer Geldmittel, um sein Opus herauszubringen. Er verfügte selbst über alle nötigen Produktionsmittel.

Wie ganz anders wurde das jetzt, da das Druckverfahren aufkam! Auf einmal sah sich der Autor auf Produktionsmittel gewiesen, die er nicht besaß, sondern die im Besitze eines anderen waren, dessen Interessen er nun das eigene unterordnen mußte. Der kapitalistische Produktionsprozeß greift auf das Gebiet der Literatur über.

* Wattenbach, l. c. S. 539.

** Lamprecht, Deutsche Geschichte, V. Bd. 1. Hälfte (Berlin, 1894), S. 120.

*** Haenny, S. 46.

Es ist das damals überhaupt die Zeit gewesen, in welcher „der *spiritus capitalisticus* sich zu entfalten begann*“; *„Pecuniae obediunt omnia,“* klagt Erasmus, und Hans Sachs verkündet: „Gelt ist auff erden der irdisch gott**“. Die Epoche der „Genesis des kapitalistischen Geistes,“ oder, wie Sombart das in seiner jüngsten Publikation*** bezeichnet hat, der „Kommerzialisierung des Wirtschaftslebens“ hebt an.

„Ein Hasten kam in die städtische Bevölkerung des ausgehenden Mittelalters, das den Zeitgenossen im Vergleich zu früherer Muße nicht minder auffiel, als uns die Emsigkeit unserer Tage . . Eine neue Lebenshaltung, die Lebenshaltung des kapitalreichen Unternehmertums, war aufgekommen . . .†“

In den Städten haben sich im Verlaufe des 14. und 15. Jahrhunderts Vermögen von steigender Höhe und von wachsendem Umfang angesammelt. Die Ersparnisse nahmen zu, und damit begann auch das Bestreben nach intensiver Kapitalsnutzung††. Die frühere Zeit hatte die Kapitalsanlage vorzüglich und zumeist nur in Form von Immobiliarkredit-Geschäften gekannt; jetzt, im 15. Jahrhundert, wandte man sich zunehmend dem Mobiliarkredit-Geschäfte zu. Das Kapital drängte nach Befreiung von den schwerfälligen Formen des Immobiliarverkehres†††. Es gilt für die Zwecke dieser Untersuchung gleich, ob solche städtische Vermögen vorzüglich aus akkumulierter Grundrente entstanden sind, wie Sombart darlegt§, oder aus den Profiten des Warenhandels, auf denen sich dann der Geldhandel aufbauen konnte, wie von Below ausführt§§. Das Wesentliche ist: Diese Vermögen sind da und suchen nach lukrativer Anlage.

Die reichgewordenen Bürger beteiligen sich mit Feuereifer am Bergbau und an hausindustriellen Unternehmungen, am Import und Export. Unternehmungen aller Art stellen sie

* Sombart, Der moderne Kapitalismus, I. Bd. (Leipzig, 1902) S. 291.

** Sombart, l. c. S. 383.

*** Sombart, Die Juden und das Wirtschaftsleben (Leipzig, 1911), S. 60 u. f.

† Lamprecht, Deutsche Geschichte, V. I. S. 56.

†† Lamprecht, V. I. S. 56 u. f.

††† Sohm, Städtische Wirtschaft im 15. Jahrhundert. (Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik, XXXIV. Bd., Jena, 1879), S. 263.

§ Der moderne Kapitalismus, I. S. 291.

§§ Die Entstehung des modernen Kapitalismus (Historische Zeitschrift Bd. 91, N. F. Bd. 55. München, 1903), S. 477—480.

ihr Kapital zur Verfügung, sie „verlegen“ sie.* Unter den Betätigungen, denen sich die städtischen Vermögen damals gleich in den ersten Anfängen kapitalistischer Wirtschaft zuwandten, indem sie „die zur Betreibung eines Handwerkes erforderlichen Kosten gegen einen erhofften Gewinn vorschossen“, also die in Frage kommenden Betriebe „verlegten“, werden uns alsbald die damals vollkommen modernen Gewerbe des Buchdruckes und Buchverlags genannt**.

Gleich an der Wiege der neuen Kunst des Letterndruckes steht ein solches Geldgeschäft.

Als Johannes Gensfleisch zum Gutenberg von Straßburg nach Mainz kam, um die Erfindung zu verwerten, verband er sich vertragsmäßig mit dem Mainzer Bürger Joh. Fust, der ihm 800 Gulden zur Beschaffung von Gerätschaften und 300 Gulden für Miete, Heizung, Papier etc. vorstreckte***. Der zwischen beiden am 22. August 1450 geschlossene Vertrag kann keinen anderen Sinn haben, als daß der Geldbesitzer Fust den Handwerker Gutenberg „verlegte“. Und dieser Zustand wird bald recht allgemein im Gewerbe. Von 1121 Drucken, die in den Jahren 1501 bis 1536 zu Basel erschienen, sind 826 *„impensis“* von Verlegern, 124 auf die Gefahr von Buchdruckergenossenschaften hergestellt worden. Gab es auch hin und wieder Drucker, die, in der Gedankenwelt des Humanismus und der damaligen Wissenschaft lebend, in ihrem Gewerbe eine aufklärende Mission sahen, es, wie Johann Amerbach in Basel, um Gotteslohn und ohne die kapitalistische *intentio lucri* trieben†, so war doch das neue Druckgewerbe vorwiegend in kapitalistische Hände geraten.

Das hatte seinen Grund wohl auch schon darin, daß zur Einrichtung und zum Betriebe einer Druckerei damals bereits sehr namhafte Summen nötig waren, die eben nur ein Kapitalist beizustellen vermochte.

Die Einrichtungskosten der ersten Gutenberg'schen Offizin mit 1100 Gulden sind schon erwähnt worden. Für die damalige Zeit ein höchst ansehnlicher Betrag! Galt doch um diese Zeit nach den auf das Jahr 1454 bezüglichen Untersuchungen Schoenberg's, der Besitzer eines Vermögens von 2000 bis 10.000 Gulden Gold in Basel als ein sehr reicher Mann. Nach heutigem Geldwert und Gelde macht das etwa 40.000 bis

* Sombart, S. 398—408; S. 202—3.

** Lamprecht, V. 1, S. 60; Sombart, S. 403.

*** Weise, Schrift und Buchwesen (Leipzig, 1903, 2. Aufl.) S. 37.

† Sombart, 403, 4.

200.000 Mark aus; schon ein Besitz von etwa M. 2000—6000 nach heutigem Werte galt als bürgerlicher Wohlstand*. Die Gründungskosten der Gutenberg'schen Druckwerkstätte haben also nach damaligen Begriffen „ein Vermögen verschlungen".

Die hohen Kosten der Einrichtung standen der Gründung von Druckereien sogar geradezu im Wege, sie beliefen sich, wie man in einem konkreten Falle hört, 1472 auf 703 Gulden, eine für jene Zeit doch recht ansehnliche Summe**. 1539 beträgt der Kaufpreis für die Cratandersche Offizin in Basel 800 Gulden***.

Bald zeigt sich auch eine Folge dieser hohen Kosten der Produktionsmittel: Es tun sich mehrere Personen zusammen, um das nötige Gründungs- und Betriebskapital aufzubringen. Zuerst in Italien — Mailand und Venedig — dann in Deutschland, Basel, Augsburg und Nürnberg an der Spitze, treten bereits in den Siebzigerjahren des 15. Jahrhunderts große Druckerei- und Verlagsgesellschaften ins Leben. Speziell in Basel, der *„inclyta Germaniae Basilea"*, hatte „das mit der Gelehrsamkeit vergesellschaftete große Kapital" die neue Kunst ergriffen†. Immer größer werden die zum Druckgeschäfte nötigen Mittel. In Leipzig arbeitet 1524 eine Verlagsgesellschaft bereits mit einem Geschäftskapital von 7000 Gulden; zwanzig Jahre später verfügen der Drucker Nickel Wolrabe und seine Associés in Leipzig über ein Betriebskapital von 8000 Gulden††. Bedeutende Aufwendungen, höchst ansehnliche Investitionen, wenn man in Betracht zieht, daß der Humanist Pellican in Basel (1478—1556) mit 16 Gulden per Jahr leben konnte und Scheurl den jährlichen Unterhalt eines Wittenberger Studenten auf 8 Gulden schätzte†††, zu Basel der Durchschnittsertrag einer der den Professoren der Universität bei der Gründung zugewiesenen Präbenden jährlich 74 Gulden betrug und zu Leipzig, Anfang des 16. Jahrhunderts, der Jahresertrag einer ordentlichen Professur 62 bis 70 Gulden ausmachte§.

---

* Sohm, l. c. S. 255, 256.

** Beyer, Die volkswirtschaftliche und sozialpolitische Bedeutung der Einführung der Setzmaschine im Buchdruckergewerbe (Freiburger volkswirtschaftliche Abhandlungen, I. Bd., 1. Heft, Karlsruhe 1910) S. 4.

*** Kapp, Geschichte des deutschen Buchhandels bis in das 17. Jahrhundert (Leipzig, 1886), S. 122.

† Kapp, S. 108, 9; 288.

†† Kapp, S. 295, 96.

††† Kapp, S. 313—15.

§ Paulsen, Organisation und Lebensordnungen der deutchen Universitäten im Mittelalter (Historische Zeitschrift, XLV. Bd., N. F. IX. Bd.), München 1881, S. 428—436.

Unter solchen Umständen ist es nicht verwunderlich, wenn gleich jene regelmäßig gedruckten Zeitungen, von deren wirtschaftlichen Verhältnissen wir zuerst einige verläßliche Nachricht haben, erhebliche Aufwendungen bedingen, ausgesprochen kapitalistische Unternehmungen sind. Aus dem Jahre 1665 ist uns überliefert, daß der Postmeister Mühlbach von Leipzig für sein Zeitungsprivilegium 500 Taler an den kurfürstlichen Fiskus zu entrichten hatte. Die Druck- und Papierkosten des in 204 Exemplaren verbreiteten Leipziger Postzeitungsblattes betrugen 379 Taler, die Honorare für Korrespondenzartikel und die Porti rund 300 Taler jährlich*. Auf ein derartiges Unternehmen konnte sich naturgemäß nur derjenige einlassen, der über recht beträchtliche Mittel verfügte. Dabei wuchs das notwendige Betriebskapital immer mehr an. Der Kammerkommissarius Evert, welcher die „Leipziger Post-Zeitung" bis 1732 vom Staate gepachtet hatte, mußte jährlich 2400 Taler dafür entrichten, sein Nachfolger der Akzisrat Weidemann und später dessen Witwe 2600, bezw. 2750 Taler. Von 1764 bis 1810 steigt die Pacht von 2400 bis auf 9500 Taler an**. Die Druckkosten der „Basler Mittwoch- und Samstag-Zeitung" betragen 1683 jährlich 223 Pfund, die Gesamtkosten des Blattes 1696 903 Pfund. 1721 verpachtet das Direktorium der Basler Kaufmannschaft das ihm zustehende Zeitungsprivileg für 1000 Gulden jährlich, wobei die „Admodiatoren" auch noch die buchmäßigen Rückstände des Zeitungsbetriebes im Betrage von 1800 Gulden in Jahresraten von 450 fl. zu tilgen haben. Druck, Papier, Redaktionsmaterial sind zu Lasten der Pächter. 1788 sind die Gesamtkosten bereits 1072 Gulden, wobei das Unternehmen mit 319 fl. passiv war***. Die Kosten der Originalkorrespondenzen (Manuskripte) machten 1765 nicht weniger als 917 Gulden aus, wozu noch 53 Gulden für Zeitungsabonnements kamen. Die englischen Korrespondenzen allein kosteten 1764 jährlich 300 Gulden†. Das Jahresbudget des „Hamburger Korrespondenten" betrug im Jahre 1730 nach einer im Hamburger Stadtarchiv befindlichen Aufstellung des Besitzers Hermann Holle M. 2352, bei einer Auflage von 1666 Exemplaren. Davon entfielen auf Satz, Druck und Papier jährlich M. 1081; die Berichte aus Deutschland und Skandinavien

---

* Salomon. Geschichte des Deutschen Zeitungswesens (Oldenburg 1900), I. Bd, S. 77, 78.

** Salomon, I. S. 143, 154.

*** Mangold, Die Basler Mittwoch- und Samstag-Zeitung (Basel, 1900). S. 15, 16, 34—39.

† Mangold, S. 72, 123.

kosteten M. 212. Für die sonstigen Honorare, sowie für Redaktion und Korrektur wurden M. 400 jährlich verausgabt*. In Berlin forderte die Witwe Runge, welche die Ordinari- und Postzeitungen herausgab, 1686 für ihre Druckereigerechtigkeit samt Zeitungsprivileg, jedoch mit Ausschluß der Büchervorräte, deren Vertrieb sie sich vorbehielt, 1700 Reichstaler. Als der Verkauf 1704 wirklich zustande kam, betrug der Preis 2500 Taler, wobei, da die alte Frau sich wiederum die Verwertung der Verlagswerke vorbehielt, die Zeitung der eigentliche Wertgegenstand ist. Rüdiger, an den das Berliner Zeitungsprivileg später kam, mußte an die Rekrutenkasse des Königs Friedrich Wilhelm von 1721 an eine Abgabe von 200 Talern leisten**. Zwanzig Jahre später (1740) spricht er in einem Memorial an Friedrich II. von „an 20.000 Talern verwendeten Kosten", die er in seinem Blatte investiert habe. 1790 kommt zwischen Voß senior und seinem ältesten Sohne ein Vertrag zustande, wonach das Zeitungsprivileg des Alten um den Preis von 18.000 Talern in den Alleinbesitz des Sohnes übergehen sollte; dabei behielt sich Voß senior noch die Einkünfte des Blattes auf Lebenszeit vor. Als nach langen Prozessen — beide Voß waren inzwischen gestorben — die Transaktion im Jahre 1801 wirklich zustande kam, mußte die das Blatt von den übrigen erstehende Erbin Marie Friederike Lessing für Zeitung und Privileg nicht weniger als 59.000 Taler bezahlen. Wir kennen das Budget des Blattes um diese Zeit: Im Jahre 1795 kostete der Druck 3654 Taler, der Redakteur (Zahn) erhielt 400 Taler, der Zensor 100 Taler Entschädigung***.

In Wien mußte 1721 Johann Peter von Ghelen, der das „Wienerische Diarium" ersteigerte, sich zu einer jährlichen Pacht von 3333 Gulden verpflichten, eine für die Zeit höchst beträchtliche Summe, die er in Quartalsraten von 833 Gulden 20 Kreuzer im voraus zu entrichten hatte†. Der Pachtschilling stieg 1724 auf 4000 Gulden, ging 1735 auf 3100 Gulden herab um dann von 1775 an auf 9210 zu steigen; 1787 erreicht

* Goldfriedrich, Geschichte des deutschen Buchhandels vom Westfälischen Frieden bis zum Beginne der klassischen Literaturperiode (Leipzig, 1908). S. 49.

** Consentius, Die Berliner Zeitungen bis zur Regierung Friedrichs des Großen (Berlin, 1904). S. 45, 46, 53, 54, 81.

** Buchholtz, Die Vossische Zeitung (Berlin, 1904), S. 29, 58, 63, 132, 133.

† Zenker, Die Geschichte der Wiener Zeitung in ihrem Verhältnisse zur Staatsverwaltung. (Zur Geschichte der kaiserlichen Wiener Zeitung 1703—1903; Wien 1903), S. 7—9.

die Pacht den ansehnlichen Betrag von 17.200 Gulden, 1799 hält sie bei 18.000 Gulden, 1812 bei 26.050 Gulden. Nun sinkt die Pacht wieder, um im Jahre 1848 die Höhe von 42.000 zu erreichen. Allerdings war mit der „Wiener Zeitung" seit 1721 auch das ungemein wertvolle Annoncenmonopol verbunden. In der letzten Pachtzeit vermochten die Pächter ihre Rechnung nicht mehr zu finden, da seit 1848 das Inseratenmonopol ins Wanken gekommen war; als 1857 das Blatt in die staatliche Eigenverwaltung überging, schuldeten sie dem Ärar 52.625 Gulden an Rückständen*.

Cotta begann 1789 die „Neueste Weltkunde", aus welcher dann die „Allgemeine Zeitung" wurde, mit vier Setzern von je einem Gulden Tagelohn, also in einem gewiß bescheidenen Rahmen. Trotzdem war der Etat des Blattes sehr ansehnlich. Cotta nahm Deckung der Kosten bei einem Absatz von 1000 Exemplaren an. Da das vierteljährige Abonnement 4 Gulden 30 Kreuzer Reichsgeld kostete (17 fl. 20 kr. jährlich), so macht das ein Jahreserfordernis von 17.200 Gulden aus. Die Stafetten, durch welche das Blatt aus dem entlegenem Tübingen an die Poststationen in Stuttgart und Cannstatt befördert wurde, kosteten 1800 Gulden, die auswärtigen Korrespondenten 5500 Gulden**.

Im Jahre 1837 hat ein gerne gelesenes, größeres Wiener Blatt, der „Oesterreichische Zuschauer", einen Etat von 6510 Gulden C. M. jährlich, wozu noch zirka 4000 fl. an Stempelkosten kamen. Bei einem angenommenen Ertrage von 10.000 fl. (2000 Exemplare zu 5 fl. jährlichen Abonnements) ergibt sich mithin bereits ein Defizit, das aus dem eigentlichen Zeitungsbetriebe fremden Quellen gedeckt werden mußte***.

Diese kurzen Daten, weit davon entfernt, eine Wirtschafts- und Sozialgeschichte des Drucker- und Zeitungswesens in Deutschlaud auch nur andeutungsweise zu geben, lassen doch gewisse Tatsachen der Entwicklung klar erkennen. Wir sehen, daß der Druck von Anbeginn an eine kostspielige, ansehnliche Kapitalien erfordernde Sache ist. Wir gewahren weiter, daß sich mit ihm die kapitalistische Produktionsweise in der schriftstellerischen Welt einbürgert, daß der Verfasser einer Schrift nicht mehr — wie in den alten und mittelalterlichen Zeiten — über alle zur Veröffentlichung notwendigen Mittel selbst verfügt, sondern auf die

* Zenker, S. 36—39.

** Heyck, Die Allgemeine Zeitung (München 1898). S. 46.

*** Zenker, Geschichte der Wiener Journalistik von den Anfängen bis zum Jahre 1848 (Wien, 1902). S. 84—87.

Dazwischenkunft des Druckers angewiesen ist, der einen erheblichen, ja ausschlaggebenden Teil der Produktionsmittel in der Hand hat. Was als Charakteristicum der kapitalistischen Produktionsweise erkannt wird, daß nämlich „die vom Kapital nicht unterstützte Arbeit für sich allein fast gar nichts auszurichten imstande ist“*, wird auch zum entscheidenden Kennzeichen des literarischen Betriebes seit dem Aufkommen der Gutenbergschen Erfindung. Und dieses Kennzeichen haftet auch dem mit dem Druckverfahren untrennbar verbundenen neuen Gewerbe des Zeitungswesens alsbald an. Wir hören, daß gleich die ersten Zeitungen, von deren wirtschaftlichen Verhältnissen wir etwas wissen, Jahresaufwände verursachen, die für die damaligen Geld- und Preisverhältnisse sehr bedeutend genannt werden müssen. Wir sehen, wie diese Zeitungsunternehmen entweder wohlhabenden Buchdruckern und Postmeistern gehören, oder von solchen gegen entsprechend hohe jährliche Leistungen vom Fiskus oder von mit dem Zeitungsprivileg ausgestatteten Institutionen — wie etwa das kaufmännische Direktorium zu Basel oder das Franckesche Waisenhaus zu Halle** — gepachtet werden. Wir vernehmen wohl, daß sich — in allerdings seltenen Fällen — der Unternehmer seine Zeitung selbst redigiert, selten jedoch nur findet sich überliefert, daß ein Schriftsteller, Zeitungsverfasser, Redakteur mit seinen eigenen Mitteln allein ein Blatt begründet und gehalten hätte***.

Jeder technische Fortschritt, jeder die Ausbreitung und das Wachstum des Zeitungswesens befördernde äußere Umstand mußte diese Verhältnisse vertiefen und befestigen. In dem Maße, als die Zeitungen umfänglicher, häufiger erscheinend, in größeren Auflagen gedruckt wurden, in dem Maße, als Telegraph und Telephon, Schnellpressen, Rotations- und Setzmaschinen in die Erzeugung der Zeitung eingriffen, in dem Maße, als die moderne Reklame auf das früher so bescheidene Ankündigungswesen der Zeitungen bestimmend einzuwirken begann — in dem Maße mußten sich naturgemäß die Kosten der Zeitungsherausgabe erhöhen, mußte sich der kapitalistische Charakter, welcher der Zeitung von jeher

* Böhm-Bawerk, Artikel Kapital im Handwörterbuch der Staatswissenschaften, 3. Aufl., V. Bd. (Jena 1910), S. 783.

** Vergl. Bierbach, Die Geschichte der Halleschen Zeitung (Halle a. S., 1908), S. 5—29.

*** Hier wie überhaupt im ganzen Verlaufe dieser Schrift sind unter „Zeitungen“ immer nur periodische Druckschriften im Sinne unserer heutigen Journale zu verstehen, nicht aber Zeitschriften gelehrten- oder unterhaltenden Inhalts.

angehaftet und eigen gewesen, stärker ausprägen. War schon das Avisenblättlein, die Ordinari-Post-Zeitung des 17. und 18. Jahrhunderts, ein kapitalistisches Unternehmen, so mußte es das moderne Zeitungsblatt in noch viel ausgesprochenerem Maße sein.

Und damit halten wir an der Schwelle der modernen Zeit, sind wir bei den Formen, Gestaltungen und Bedingungen des heutigen Zeitungswesens angelangt.

II.

Das heutige Zeitungswesen hat seine charakteristischen Merkmale und seine definitive Gestalt in den Fünfziger- und Siebzigerjahren des vorigen Jahrhunderts erhalten.

Zunächst ist im Gefolge des Jahres 1848 das staatliche Inseratenmonopol mit samt dem sogenannten „Intelligenzwesen" in Wegfall gekommen. In Österreich haben die Blätter im März 1848 das bis dahin strenge gewahrte Inseratenmonopol der amtlichen Zeitungen, vorzüglich der „Wiener Zeitung", zu respektieren aufgehört und das Monopol ist von der Staatsgewalt nicht wieder erneuert worden; in Preußen haben die beiden Kammern des Landtages mit 1. Jänner 1850 das ganze Intelligenzblattwesen und damit das staatliche Inseratenmonopol aufgehoben*. Damit nahm das Inseratenwesen der Zeitungen einen mächtigen Aufschwung; bereits 1850 wird in Fachkreisen konstatiert, daß die Anzeigen in den Zeitungen gewaltig überhandnehmen, ja für die Lesewelt vielfach die Hauptsache bilden**. „Es zeigte sich," sagt Lassalle 1863, „daß diese Annoncen ein sehr ergiebiges Mittel seien, um Reichtümer zusammenzuschlagen, um immense jährliche Revenüen aus den Zeitungen zu schöpfen. Von Stunde an wurde eine Zeitung eine höchst lukrative Spekulation für einen kapitalbegabten oder auch für einen kapitalhungrigen Verleger ...***." Die

---

* Vergl. Garr, Die Inseratensteuer (Wiener Staatswissenschaftliche Studien, herausgegeben von Bernatzik und v. Philippovich, IX. Bd., 2. Heft. Wien, 1909). S. 2—4. — Ferner Schmölder, Das Inseratenwesen ein Staatsinstitut (Leipzig, 1879). S. 4—12.

** Heller, Das Buchdruckgewerbe (München, 1911). S. 16, 17.

*** „Die Feste, die Presse und der Frankfurter Abgeordnetentag". Rede, gehalten in Barmen, Solingen und Düsseldorf 20.—29 September 1863; Blum, F. Lassalles politische Reden und Schriften (Leipzig, Pfau). S. 107—155. — Vergl. Garr, l. c. S. 6—18.

Annonce wird zu einer wichtigen, bald sogar zur vornehmsten Quelle des Ertrages der Zeitung*.

Um dieselbe Zeit etwa beginnt die allgemeine Wirksamkeit des elektrischen Ferntelegraphen, welcher das Nachrichtenwesen und damit die Technik der Zeitungsredaktion vollkommen umgestaltet. Die ersten Telegraphenlinien sind in Deutschland von Jahre 1848 an hervorgetreten, und schon 1850 ist der deutsch-österreichische Telegraphenverein abgeschlossen worden, der bereits 1854 2400 Meilen Drahtleitung hatte**. Obwohl schon 1849 die „Kölnische Zeitung" Telegramme gebracht hatte, begab sich das Eindringen der Telegramme in die Zeitungen erst zu Beginn der Fünfzigerjahre. Ende der Fünfzigerjahre sind die Telegramme bereits „ein unentbehrlicher Bestandteil jeder nur einigermaßen bedeutenden Zeitung***. Alsbald zeigen sich auch die ersten Depeschenbureaus. Reuter errichtete bereits 1850 zu Aachen eine kommerzielle Depeschenagentur,

* In England und Frankreich ist diese Entwicklung schon viel früher eingetreten. Bereits 1836 gab Emile de Girardin, als er den Preis der neugegründeten „Presse" mit der Hälfte des bisher üblichen Jahresabonnements ansetzte, das durch diese Preisreduktion entstehende Defizit mit jährlich 150.000 Francs an und erklärte, diesen Ausfall würden die Annoncen decken. (Vergl. Destrem, Les Conditions Economiques de la Presse, Pariser Dissertation, 1902, S. 99, 100). Und in England ist um die Mitte des 19. Jahrhunderts nach der Aussage eines zeitgenössischen Beobachters (Cucheval-Clarigny, Histoire de la Presse en Angleterre, Paris, 1857, S. 168) bei einem Preise von 4 Pence das aus dem Annoncenertrag zu deckende Defizit eines großen Blattes 600.000 Francs gewesen.

** Knies, Der Telegraph als Verkehrsmittel (Tübingen, 1857), S. 114

*** Wuttke, Die Deutschen Zeitschriften und die Entstehung der öffentlichen Meinung (Leipzig, 1875, 3. Aufl.), S. 168—70, 176—180. — Ich möchte hier gleich ein für allemal meinen Standpunkt zu diesem merkwürdigen Buche präzisieren. Wuttke, Professor der Geschichte zu Leipzig, ist ein eifriger Publizist und großdeutscher Parteigänger gewesen. Er hat diese Schrift 1866 zum ersten Male ausgehen lassen und erfuhr in der Presse viel Widerspruch und Anfeindung; es läßt sich auch nicht bestreiten, daß das Buch voll Übertreibungen, Animositäten und Irrtümern ist. Dagegen ist es zweifellos besser als der Ruf, den man ihm gemacht hat. Vieles, was Wuttke behauptet, weiß er nur vom Hörensagen, und seine Angaben sind oft genug phantastisch und tendenziös. Aber er hat in seinem Buche doch eine Menge längst verschollener Broschüren und Zeitungsaufsätze auszugsweise aufbewahrt, und außerdem — wenn auch recht flüchtig — mancherlei verzeichnet, was ihm, dem eifrigen Journalisten und Mitgliede schriftstellerischer Vereine, verbürgt und unverbürgt zu Ohren kam. Man kann ihn gewiß nicht ohneweiters, wohl aber mit Kritik benützen.

1851 verlegte er den Sitz des Unternehmens nach Berlin und begann die Zeitungen zu versorgen. Das Wolffsche Bureau in Berlin ist schon 1849 ins Leben gerufen worden, zuerst ebenfalls als Agentur für Handelsdepeschen, ab 1855 auch für politische Telegramme; im gleichen Jahre ist das Unternehmen auch an ein Konsortium veräußert und unter dem Titel Kontinental-Telegraphen - Kompagnie in ein Aktienunternehmen verwandelt worden*. Auch in Wien schafft die Regierung in den Fünfzigerjahren eine offiziöse Nachrichtenkorrespondenz, die „Österreichische Korrespondenz", aus welcher dann 1860 im Wege der Verstaatlichung das K. k. Telegraphen-Korrespondenz-Bureau wurde.

Der Nachrichtentransport oder, wie Knies** das nennt, „die regelmäßige Spedition öffentlicher Nachrichten durch die Zeitung", mußte damit eine ungemein einschneidende Umwälzung erfahren.

Der Nachrichtenverkehr der antiken und mittelalterlichen Zeit hatte vorzüglich, ja ausschließlich — neben der mündlichen Tradition — ein mechanisches Mittel: Den Brief. Den privaten Mitteilungen werden schon frühzeitig Berichte allgemeiner Natur angeschlossen. Im Geschäftsverkehr wird es im zweiten Jahrtausend n. Chr. langsam geradezu üblich, in den Briefen allgemeine Kunde über Marktlage, Saatenstand, Warenkurse zu geben; bald fließen auch politische Nachrichten ein***. Die Humanisten und Reformatoren in ihrem umfassenden Briefverkehr teilen sich gegenseitig schon in großem Maßstabe Nachrichten über den Stand der sie bewegenden Ereignisse mit. Bereits wird dieser allgemeine Nachrichtenteil vom eigentlichen Briefe getrennt und in eine besondere Beilage, *„Cedula"*, verwiesen. Die Nachricht wird eine begehrte und kostbare Sache; man erweist Freunden, Gönnern, großen Herren einen erheblichen Dienst, wenn man ihnen davon mitteilt. Die Ablösung der Nachrichten vom eigentlichen Briefe erlaubte es, diese „Avisen", „Beylagen", „Nova", „Pagellen" im Freundeskreise weiterzugeben, zirkulieren zu lassen†. Hin und wieder sind solche Nachrichtensammlungen wohl auch gedruckt worden. Wittenberg, als Sitz der Reformatoren, Augsburg und Nürnberg als Handelszentren, waren die vorzüglichsten Börsen und Knoten-

* Wuttke, S. 168—174.

** Der Telegraph, S. 63.

*** Bode, Zur Entstehungsgeschichte der modernen Zeitung (Koch-Festschrift), S. 168—189.

† Salomon, I., S. 2—18.

punkte dieser brieflichen Zeitungen. Die Nachrichten, die Melanchthon dem König Christian III. von Dänemark schickt, umfassen bereits alle Welthändel und sehen einer späteren Zeitung recht ähnlich*. Ratsherren, Syndici und andere städtische Würdenträger schreiben das in den Handelskontors und Studierstuben einlangende Nachrichtenmaterial zusammen und gelegentlich es an Interessenten weiter**. Aus den Schreibstuben der Fugger zu Augsburg sind von 1568 bis 1604 ganze Folgen von Nachrichtensammlungen hervorgegangen, welche Freunde, Kommittenten und Gönner des Hauses gegen Ersatz der Kopiaturauslagen beziehen konnten***. Auch Honorare kommen bereits vor†.

Briefe und briefliche „Zeitungen" sind es denn auch, aus welchen die ersten gedruckten, regelmäßigen Zeitungen schöpfen. Was vorher liegt, Meßrelationen, Flugblätter usf. kommt nicht in Betracht. Jedenfalls ist schon in der zweiten Hälfte des 16. Jahrhunderts das Sammeln und Weitergeben von Nachrichten ein regelmäßiges Geschäft geworden††. Es ist klar, daß sich damit nur solche Personen beschäftigen konnten, die im Mittelpunkte eines lebhafteren Nachrichtenverkehrs standen: Männer von Stand in den Reichsstädten, die über gute Beziehungen zu den Großhandlungshäusern verfügten, städtische Magistrate, fürstliche Räte, Professoren und Magister mit weitverzweigter wissenschaftlicher Korrespondenz und schließlich die Beamten der allmählich auf-

* Salomon, I., S. 6.

** Inwieweit dies als quasidiplomatische Tätigkeit aufzufassen oder als ein im Dienste einer — wenn auch nur ganz beschränkten — Öffentlichkeit geübtes Gewerbe anzusehen ist, wäre erst aufzuklären. „Jedenfalls bilden die geschriebenen ‚Zeitungen' eine der beiden Hauptwurzeln des heutigen Zeitungswesens, während die andere in den gedruckten Flugblättern zu suchen ist." Ehrenberg, Geschriebene Hamburger Zeitungen im 16. Jahrhundert (Mitteilungen des Vereines für Hamburgische Geschichte, Bd. VI, Heft 1, Nr. 8), S. 119.

*** Die unter den Auspizien der Fugger zu Augsburg publizierten, aus den Korrespondenzen des Hauses gespeisten geschriebenen Relationen erschienen fast täglich; sie kosteten jährlich 25 Gulden, enthielten Berichte in vielen Sprachen, lateinische, italienische, französische, deutsche etc. „Man mußte alle Sprachen kennen, um diese Blätter lesen zu können, was in Verbindung mit dem für die Verhältnisse der Zeit sehr hohen Bezugspreise die Zahl der Leser sehr einschränken mußte." Sickel, Un Journal au XVIe-Siècle (Athenaeum Français, 3. Jahrg., 1854, Nr. 35, S. 828, 829). — Diese Fugger-Avisen waren offenbar eine Fürstenkorrespondenz für große Herren, aber keineswegs eine Zeitung in unserem heutigen Sinne.

† Salomon, I., S. 15.

†† Bode, l. c. S. 192.

kommenden und sich zu einem Reichs- und landesherrlichen Regal entwickelnden Post. So wichtig wird alsbald der Postenverkehr als Nachrichtenquelle, daß der Nachrichtentransport im höheren Sinne, also die Vervielfältigung einlangender Nachrichten und deren Verbreitung, das Zeitungswesen mit einem Worte, überhaupt als ein Bestandteil des Postregals selbst angesehen wird. Wenn man die Anfänge der damaligen Zeitung, soweit sich Zeugnisse dafür erhalten haben, näher betrachtet, so findet sich häufig genug ein Botenmeister — wie in Berlin* —, dem die Ausgabe der Zeitungen übertragen wird, und wenn nicht dem Postfach Angehörende die Herausgabe eines Blättchens wagen, so kommen sie alsbald in Konflikt mit dem Postmeister, der auf Grund des der Post angeblich zustehenden Zeitungsprivilegs die Einstellung des Blattes begehrt. So hatte sich beispielsweise die Witwe Serlin, die das „Frankfurter Journal" dreimal wöchentlich erscheinen ließ, der Angriffe des Postmeisters Wetzel von Lauterburg zu erwehren, der sogar ein kaiserliches Reskript erwirkte, kraft dessen die Fortsetzung des Journals untersagt wurde, weil das Zeitungsdrucken nur der Post zukomme. Das war 1678. Und nicht so ganz haltlos war die Prätention des Postmeisters, denn 1617 hat anläßlich eines Streites zwischen dem damaligen Frankfurter Postmeister Johann von den Birghden und dem Buchhändler und Zeitungsdrucker Emmel der Reichspostprotektor Kurfürst von Mainz in einem Schreiben dem Magistrate vorgestellt, daß „die Avisen und Zeitungen jederzeit bey der Post gewesen**". Dergleichen Beispiele ließen sich noch viele anführen.

Es ist nur natürlich, daß die Postmeister von ihren untergebenen Organen und von Passagieren eine Menge von Nachrichten eingeliefert bekamen, die diese auf ihren Fahrten in Erfahrung gebracht; ebenso natürlich ist es, daß sie diese Nachrichten, die ja einen gewissen Kommerzwert hatten, untereinander austauschten. Und da die Postmeister vielfach auch Zeitungsbesitzer oder Zeitungsschreiber, die Zeitungen mit dem Postregal

* Veit Frischmann, der Botenmeister, erhält 1632 vom Kurfürsten Georg Wilhelm das Privileg, die einlangenden Avisen drucken zu lassen. Consentius, Die Berliner Zeitungen, S. 8, 9. — Der Landesherr sah darauf, daß die Postmeister sich das Sammeln von Nachrichten angelegen sein lassen. Da heißt es wohl: „Es solle sich ein Postdirector eusserist befleissigen, dass er von weit vund nahgelegenen Orthen, Insonderheit aber von Freundt vund Feindts Armeen gute Correspondentz vund Avisen erlange, damit er auffm Nothfall gute Nachricht haben koenne."

** Salomon, I. Bd., S. 56, 57, 60, 61.

in Verbindung gebracht waren, wird es üblich, daß die Zeitungsschreiber untereinander ebenfalls Korrespondenzen wechseln, ihr Nachrichtenmaterial untereinander austauschen. So kommt es, daß Nachrichten aus einem bestimmten geographischen Gebiete sich in den Zeitungen des 17. und 18. Jahrhunderts überall ziemlich uniform wiedergegeben finden*; der dort ansässige Posthalter, Zeitungsredakteur oder freie Korrespondent hat sie zum Austausch gegen andere Nachrichten oder gegen Honorar den mit ihm in Verbindung stehenden Interessenten zur Verfügung gestellt. Zu den Tugenden und Geschicklichkeiten des damaligen Redakteurs gehörte es, die zur Herstellung des Blattes notwendigen Korrespondenzen durch Austausch eigener Nachrichten und Berichte mit den Kollegen von auswärts kostenlos zu beschaffen. In dem Budget des Hamburger Korrespondenten vom Jahre 1730, dessen wir bereits gedachten, wird genau unterschieden zwischen den Korrespondenzen, die mit M. 4 per Stück und darüber bezahlt werden müssen, und einem Posten von 31 Avisen, die umsonst eingehen und mit M. 124, mehr als einem Viertel des gesamten übrigen Aufwandes für Nachrichten, bewertet werden**. Aus der Geschichte der Basler Mittwoch- und Samstag-Zeitung erfahren wir, wie 1743 der damalige Redakteur des Blattes, Professor Iselin dem zur Führung des Zeitungsunternehmens eingesetzten Komitee des kaufmännischen Direktoriums Hoffnung macht, die Korrespondenzen aus dem Haag künftig auf die Weise zu beschaffen, daß die Manuskripte nur das Porto kosten sollen. Iselin lieferte offenbar die Gegenkorrespondenzen. Er erhielt hiefür Gratifikationen. Die Verfassung der Gegenkorrespondenzen sparte die Kosten des Korrespondenten, deshalb wurde sie auch separat honoriert***. Der Austausch von Korrespondenzen unter den Redakteuren nimmt einen solchen Umfang an, daß nicht mit Unrecht an die heutigen Depeschenbureaux erinnert wird, denen ja in der Tat eine ähnliche Organisation zugrunde liegt und deren Wirksamkeit ja ebenfalls zu einer erstaunlichen Uniformität des Nachrichtenmaterials in der gesamten Presse geführt hat†. Spuren dieses Wechselverkehrs, der das 17. und 18. Jahrhundert beherrscht, werden sicherlich auch noch im 19. Jahrhundert wahrzunehmen gewesen sein. Wenigstens

* Vergl. Mangold, Die Basler Mittwoch- und Samstag-Zeitung, S. 115 bis 127.

** Goldfriedrich, Geschichte des deutschen Buchhandels (Leipzig, 1908), S. 49.

*** Mangold, S. 55, 69, 70.

† Mangold, S. 126, 127.

finde ich in Wilbrandts Lebenserinnerungen* die Notiz, daß der Erzähler als zweiter Redakteur der in München zur Bekämpfung der Augsburger Allgemeinen Zeitung gegründeten** „Süddeutschen Zeitung“ 1859 „lange deutsche Briefe für die Mailänder Perseverenza schrieb, um dagegen von einem Mitarbeiter der Perseveranza lange italienische Briefe zu bekommen“, die er dann für sein Blatt übersetzte.

Bei weitem nicht alle Nachrichten gingen jedoch durch Tausch ein; vielmehr mußte der überwiegende Teil entweder aus den einlangenden gedruckten Zeitungsblättern übernommen werden, weshalb die Abonnements auf die französischen, holländischen und englischen Gazetten, auf die Wiener Blättlein und die größeren deutschen und schweizerischen Zeitungen in den Budgets der damaligen Blätter eine ganz bedeutende Rolle spielen***, oder aber aus Original-Korrespondenzen gedeckt werden, die als kostspielig gerne reduziert zu werden pflegen. Diese Original-Korrespondenzen machen nun durch die ganze zweite Hälfte des 18. Jahrhunderts ebenso wie durch die erste Hälfte des 19. Jahrhunderts den Glanz und die Bedeutung der Blätter aus. Sie werden von Leuten jedes Standes verfaßt, zumeist von Beamten, Sachwaltern, Residenten, Agenten, Professoren, Privatgelehrten, die, mit den vorherrschenden Gewalten in guter Fühlung, über ein gewisses Maß von Information verfügen und diese teils aus Liebhaberei, teils des Gewinnes halber, in allen Fällen jedoch gegen Entgelt den Blättern zur Verfügung stellen. Die Beschaffung guter Korrespondenzen wird die große Sorge der Redakteure. Gegen Ende des 18. Jahrhunderts werden die Fälle berufsmäßiger Korrespondenz-Verfassung häufig; im 19. Jahrhundert wird der Zeitungskorrespondent schon langsam ein in der Schriftstellerwelt gangbarer Begriff. Während im 18. Jahrhundert der Verfasser der Korrespondenzen sich gerne im Verborgenen hält, beginnt man im 19. Jahrhundert die Korrespondenten der einzelnen Blätter in den Hauptstädten bereits zu kennen und namhaft zu machen. Man kann Wuttke† beistimmen, wenn er sagt, der Schwerpunkt der Zeitungen sei bis 1848, von den lokalen Artikeln abgesehen, in ihren Korrespondenzen gelegen.

* Aus der Werdezeit. Erinnerungen. Neue Folge (Stuttgart 1907), S. 109

** Bluntschli, einer der Begründer, hebt das in seinen Denkwürdigkeiten (Noerdlingen 1884), S. 273, ausdrücklich hervor.

*** Mangold, S. 72, 73.

† S. 113.

In Anbetracht dessen, bezahlten die Blätter auch ziemlich ansehnliche Honosare dafür, 24, 36, 48 Taler für den Bogen, Cottas Allgemeine Zeitung soll einzelnen Mitarbeitern sogar 100 Taler für den Bogen ausgeworfen haben; auch Stück-Honorare — 2 bis 3 Taler pro Brief — kommen vor*. Dieser hohe Kurs guter Korrespondenzartikel brachte es bald mit sich, daß Schriftsteller Korrespondenzen schrieben, vervielfältigten und einer größeren Anzahl von Zeitungen gleichzeitig zur Verfügung stellten. Wie die Leute des 16. und 17. Jahrhunderts den damaligen Hauptinteressenten — den Regierenden — gegen Honorar regelmäßig mit geschriebenen Nachrichtensammlungen aufwarteten, so versenden diese Journalisten ihre Pariser, Berliner oder Wiener Berichte lithographiert an die nunmehrigen Interessenten — die Zeitungen — die sich dieses naturgemäß wohlfeileren, wenn auch qualitativ nicht eben stets verläßlichen Materials gerne bedienen. Und schon hört man, daß die Regierungen ihre Hand in diesen Versandanstalten von Korrespondenzmaterial haben**.

In diese Verhältnisse trat nun, umgestaltend und umwälzend, das Aufkommen der elektrischen Ferntelegraphie. Mit einem Mal werden die Korrespondenzen, die den Ereignissen kommentierend und kritisierend folgen, überholt von dem neuen, unerhört raschen, der hohen Kosten wegen schlagwortartig arbeitenden Nachrichten-Transportmittel. Waren bisher die Blätter nach Maßgabe ihrer Mittel mit besseren oder weniger guten, reichlicheren oder weniger reichlichen, immer aber mit der Briefpost einlangenden Korrespondenznachrichten versehen und damit im Grunde genommen doch in ihren Bedingungen einigermaßen gleich gestellt, so schafft jetzt der Telegraph, mit den verhältnismäßig hohen Kosten seiner Benützung, eine nach dem Betriebskapital abgestufte Ungleichheit. Schon in den Zwanziger- und Dreißigerjahren ist es das Bestreben der großen konkurrierenden Blätter, einander mit Nachrichten zuvorzukommen. Wenn Thackeray (Vanity Fair, Kap 58) — die Episode spielt in den Zwanzigerjahren — die stürmische Eile kennzeichnen will, mit welcher der aus Indien zurückkehrende, liebeglühende Major Dobbin von Southampton nach London fährt, so sagt er, der Major sei so schnell gereist, wie ein Kurier mit Zeitungsdepeschen. Und er fügt bei, Regierungsdepeschen würden zumeist weniger rasch befördert. In der Tat hat 1834 die „Times" einen formidablen Expreßdienst eingerichtet und beispielsweise die ganze Strecke zwischen Glasgow und London mit Relais belegt, um eine Rede des Lord Durham in Glasgow einen Tag vor den übrigen Blättern bringen zu können*. Die Kölnische Zeitung hat 1847, um die Berichte über die Sitzungen des vereinigten Landtages einen Tag früher zu erhalten, einen eigenen Kurierdienst von Minden nach Köln eingerichtet**.

* Wuttke, S. 113.
** Wuttke, S. 114—116.

Nun beginnt naturgemäß der Wetteifer der Blätter in der Heranziehung telegraphischer Meldungen, und damit tritt wieder einmal das kapitalistische Moment, das dem Zeitungswesen von Beginn an eigen ist, stark hervor. Das Bedürfnis nach telegraphischen Nachrichten läßt alsbald auch die bereits bestehenden lithographierten Korrespondenzen mit der Abgabe von Depeschenmaterial an die Zeitungen beginnen. So entstehen die großen Depeschenagenturen, die heute mit ihrem Netz die ganze bekannte Welt umschließen. In Paris bemächtigt sich die schon 1833 gegründete Korrespondenz Havas des Telegrammvertriebes***. Reuter errichtet bereits 1849/50 in Aachen eine Telegrammagentur, zunächst für den kaufmännischen Bedarf, später auch für die Zeitungen. 1851 gleichzeitig nach London und Berlin verlegt, ist dieses Depeschenbüro zu der führenden Agentur geworden†. In Berlin wandelt 1851 Dr. Wolff seine lithographierte Korrespondenz, die hauptsächlich Kursberichte brachte, in eine Telegraphen-Agentur um, die bald darauf auch politische Depeschen zu versenden begann. Schon 1855 ist das Unternehmen — angeblich um 250.000 Taler — an ein Konsortium abgetreten worden, das ihm den Namen Kontinental-Telegraphen-Kompanie gab, Reuter wurde — nicht ohne das fördernde Interesse des Fürsten Bismarck — durch diese Agentur aus Deutschland verdrängt. Heute ist das Unternehmen eine Aktiengesellschaft mit einer Million Kapital, einem ebenso hohen Reservefonds und einer im

* Duboc-Grant, Geschichte der englischen Presse (Hannover, 1873), S. 118.
** Salomon, III. S. 357.
*** Wuttke, S. 170.
† Nach Duboc-Grant, l. c. S. 272—75, waren bis 1858 Telegramme in der englischen Presse verhältnismäßig selten; kein Blatt, mit Ausnahme der „Times", habe mehr als 40 £ monatlich für Depeschen auszuwerfen gebraucht. Erst als 1858 Reuter mit der Depeschenlieferung begann (das Abonnement kostete anfänglich nur 30 £ monatlich), wurden die Depeschen allgemein. Die Blätter trugen die Kosten dieses neuen Dienstes ungern, aber ein Widerstand gegen die Neuerung war aus Gründen der Konkurrenz nicht möglich.

Durchschnitt 10%igen Dividende*. Die Agence Havas, ebenfalls längst zur Aktiengesellschaft geworden, gibt ihr Gesellschaftskapital mit 8,500.000 Francs an, wobei allerdings nicht bloß der Depeschenvertrieb in Betracht kommt, sondern auch die Inseratenvermittlung, welcher sich die Agentur im weitesten Umfange gewidmet hat. In Wien ist in den Fünfzigerjahren die offiziöse Österreichische Korrespondenz zum Depeschenversand an die Blätter übergegangen und 1860 als eine Abteilung der Telegraphenverwaltung in den staatlichen Betrieb übernommen worden. Der Etat des Unternehmens läßt sich für die ersten Jahre nicht ermitteln, da der Bedarf des staatlichen Depeschenbureaus mit dem Gesamtaufwande der Telegraphenverwaltung zusammengeworfen wurde. Erst seit 1882, in welchem Jahre das Bureau von der Telegraphenverwaltung losgelöst und dem Ministerratspräsidium unterstellt wurde, findet es seine eigene Stelle im Staatsvoranschlage. Der Aufwand für 1883 hat 94.000 Gulden (K 188.000) betragen**, während er heute K 828.000, also das Vierfache, ausmacht***. Es ist bemerkenswert, daß man in Österreich, unbewußt zu den Anschauungen des 17. Jahrhunderts über das Nachrichtenregal als einen Teil des Postregals zurückkehrend, dem staatlichen Depeschenbureau ein Monopol zu sichern bemüht ist. Durch eine Verordnung der Minister des Handels und des Innern vom 7. März 1902† werden auf Grund der Gewerbe-Gesetzgebung „die Unternehmungen, welche sich mit dem Betriebe des telegraphischen oder telephonischen Nachrichtendienstes auf politischem oder volkswirtschaftlichem Gebiete befassen (Telegraphenagenturen, Telegraphenbureaux, Telegraphen-Korrespondenzbureaux) an eine Konzession gebunden". Da nach § 2 der Verordnung bei der Verleihung der Konzession „auf die Lokalverhältnisse Bedacht zu nehmen ist", so vermag die Regierung das Aufkommen privater Agenturen neben dem staatlichen k. k. Telegraphen-Korrespondenzbureau zu verhindern.

* Diez, Das Zeitungswesen (Leipzig, 1910), S. 86—90. Ferner Wuttke, S. 168—176.

** Staatsvoranschlag für 1883, R.-G.-Bl. 1883 XVI. 47, S. 163.

*** Staatsvoranschlag für 1911; Entwurf des Finanzgesetzes (Wien, 1911), S. 5. Die Summe ist gewiß ansehnlich, aber sie erscheint gering neben dem Budget der Agentur Reuter, deren Rechnungsabschluß für das Jahr 1905 an Abonnementeinnahmen £ 188,940 und an Ausgaben für den Depeschendienst £ 134,677 auswies. Auf das Aktienkapital von £ 94,712 wurde eine Dividende von 5% ausbezahlt, die Geschäftsleitung bezog £ 42.678. Vergl. Lorenz, Die englische Presse, (Halle, 1907), S. 16.

† R.-G.-Bl. ex 1902, XX. Nr. 53, S. 143, 44.

In der Tat ist eine Konzession für eine Depeschenagentur bisher auch nicht erteilt worden.

Die großen Depeschenbureaux haben seit geraumer Zeit eine Art Teilung der Welt unter sich durchgeführt. Es ist ein System von Kartellverträgen zwischen ihnen zustandegekommen*, wonach jedes der großen Bureaux ein Berichterstattungsgebiet ausschließlich zugewiesen erhält und die Verpflichtung hat, daraus den ganzen Dienst für die übrigen Bureaux zu besorgen und die Nachrichten nur diesen abzugeben. 1866 ist der erste grundlegende Vertrag zwischen Havas, Reuter und Wolff zustande gekommen; daß das Wiener Telegraphen-Korrespondenzbureau auch dabei gewesen sei, wie Wuttke** behauptet, scheint ein Irrtum zu sein. Diese erste Abkunft wurde durch den Dazutritt der neu entstandenen Agenturen erweitert. Heute steht die Sache so, daß alle 10 Jahre, zuletzt 1910, diese Kartellverträge unter den Agenturen erneuert werden. Die Teilung ist derart erfolgt, daß Reuter Großbritannien, dessen Kolonien und Ostasien zu versorgen hat, außerdem, gemeinsam mit Havas, Südamerika; Havas hat Frankreich und die iberische Halbinsel über sowie gemeinsam mit Reuter Südamerika, gemeinsam mit Wolff die Schweiz und Rußland. Wolff bearbeitet Deutschland und Skandinavien, sowie — gemeinsam mit Havas — die Schweiz und Südamerika; dem k. k. Telegraphen-Korrespondenzbureau ist Österreich-Ungarn sowie — gemeinsam mit Havas — der Balkan zugewiesen. Griechenland ist Havas allein vorbehalten. Für Italien sorgt die Agenzia Stefani, für Nordamerika die Associated Preß. Die übrigen Agenturen nehmen nur mittelbar, aber nicht als direkte Kompaciscenten an der Vereinbarung teil. Ihr Dienst wird von der für das Berichterstattungsgebiet verantwortlichen Agentur in Anspruch genommen, aber nur auf Grund privater Abmachungen; die große Agentur bleibt für den Dienst trotzdem verantwortlich. Außerdem haben die großen Agenturen natürlich überall auch ihre eigenen, für den speziellen Bedarf sorgenden Berichterstatter. Die Verrechnung geschieht in der Weise, daß die Spesen gegenseitig vergütet und für den Dienst selbst, wofern Leistung und Gegenleistung einander nicht entsprechen, Vergütungen gezahlt werden. Es ist klar, daß eine kleine Agentur, die von der großen das gesamte internationale Nachrichtenmaterial empfängt, während sie selbst nur vereinzelte Nachrichten aus ihrem engeren Gebiete liefert, eine Entschädigung bezahlen muß.

* Diez, Zeitungswesen, S. 88.

** S. 175.

Diese Abmachungen, im Verein mit den unkalkulierbar hohen Kosten einer Depeschenagentur-Gründung, machen die Funktion der bestehenden Agenturen in allen Fällen zu einem Monopol, das ihnen nicht streitig gemacht werden kann. Kapitalistische und monopolistische Momente — da alle großen Bureaus mit Ausnahme des staatlichen österreichischen offiziös sind — wirken hier zusammen, um das Aufkommen neuer Agenturen auszuschließen.

Hier hat für die Initiative des einzelnen wenig Hoffnung Raum.

III.

Kehren wir nun — nach diesem Exkurse — zu den Gestaltungen des heutigen Zeitungswesens zurück.

Wir haben gesehen, wie durch den Druck und seine technische Vervollkommnung die Gestehungskosten der Blätter erheblich anwachsen, wie sich die kapitalistische Produktionsweise im Zeitungswesen immer stärker ausprägt.

Wir haben weiter verfolgt, wie die Einführung des Telegraphen diese kapitalistische Organisation des Zeitungswesens nur noch nachdrücklicher hervorkehrt. Die Nachrichtenbeschaffung — früher in der Hand der Blätter, die ihre Korrespondenten selbst wählten — wird durch die Telegraphenagenturen den Blättern grösstenteils aus der Hand gewunden. Mögen die Journale, wofern sie dazu die nötigen Mittel haben, immerhin Privatkorrespondenten in wichtigen Plätzen halten; für die große Mehr- und Überzahl der Nachrichten sind die Zeitungen doch auf das ihnen von den Depeschenbureaux gelieferte Material angewiesen.

Wir haben schließlich dessen gedacht, daß das mit den Fünfzigerjahren von dem staatlichen Intelligenzmonopol befreite Inseratenwesen nunmehr den Blättern die Mittel gewährt, allen diesen materiellen Anforderungen zu genügen.

Sehen wir daher nun wieder zu, wie sich die Budgets der Blätter in der neuen Epoche des Zeitungswesens gestalten.

Aus den Fünfziger- und Sechzigerjahren sind Etats von Blättern kaum bekannt geworden. Wir hören nur, daß „der Telegrammteil schwer auf den Haushalt einer Zeitung fällt“*. Die ersten Daten, die uns zugänglich sind, stammen aus den Siebzigerjahren.

1873 gibt die „Neue Freie Presse“ in einer aus Anlaß der Wiener Weltausstellung erschienenen Beschreibung ihres Be-

* Wuttke, S. 178. Die Bemerkung wurde 1866 niedergeschrieben.

triebes den Gesamt-Jahresetat des Blattes mit 1,205.000 Gulden (K 2,410.000) an. Die Jahreskosten eines Exemplares betragen 34 Gulden, während der Abonnent nur 18 Gulden, also etwas mehr als die Hälfte, dafür bezahlt*. Der Ausfall muß aus den Inseraten gedeckt werden. 1871 betragen die Einnahmen der königl. „Leipziger Zeitung" aus Abonnement und Einzelverschleiß 32.559 Taler, die Insertionseinnahmen 57.230 Taler, also fast das Doppelte. Da der Gesamtaufwand des Blattes 69.411 Taler erforderte, wurden die Herstellungskosten nur zur Hälfte aus den Abonnements- und Verkaufsgeldern bedeckt, die andere Hälfte und der Reingewinn — 20.378 Taler — floß aus den Annoncen. Von der 1871 gegen die „Neue Freie Presse" gegründeten „Deutschen Zeitung" erzählt man, daß 346.145 Gulden Kapital eingezahlt wurden. Bereits 1873 waren davon 276.948 Gulden verbraucht und verloren**.

Die Ziffern, die Wuttke*** über die Ankaufspreise Wiener Blätter im Krachjahre 1873 mitteilt, möchte ich mir wegen ihrer offenbaren Phantastik nicht zu eigen machen. Dagegen erscheinen mir die Daten bemerkenswert, die der Wiener Journalist und Zeitungsherausgeber Wehle in seinem 1878 erschienenen Buche† über die Gründungs- und Betriebskosten einer Wiener Tageszeitung mitteilt.

Wehle sagt ausdrücklich, daß seine Berechnung auf die Zeit vor 1874 Bezug hat; die Ziffern will er teils der Praxis entnommen, teils fingiert haben. Die Gründungskosten (Einrichtung der Druckerei und der übrigen Betriebsmittel) schlägt er auf 57.200 Gulden an, die Ausgaben des ersten Betriebsjahres auf 415.376 Gulden. Dabei gewärtigt er im ersten Jahre ein Defizit von 168.296 Gulden. Der Aufwand steigt im zweiten Betriebsjahre auf 552.592 Gulden, im dritten und vierten auf 577.192 Gulden. Im zweiten Jahre weicht das Defizit einem kleinen Überschuß, im dritten und vierten Jahre ist bereits ein gewisser namhafter Ertrag (38.288 Gulden) vorhanden. Die große Einnahme des Blattes sind die Inserate mit im ersten Jahre 157.500, im zweiten und dritten Jahre 315.000 Gulden; die großen Ausgaben sind — neben der Redaktion, deren Kosten allerdings übertrieben hoch angenommen werden — Papier und Druck mit zusammen 157.236 Gulden. Die Einnahmen

* Wuttke, S. 235—244.
** „Bohemia", Jahrg. 1873, Nr. 239. Vergl. Wuttke, S. 396, 397.
*** S. 431, 432.
† Die Zeitung. Ihre Organisation und Technik. S. 99 u. f.

aus Abonnement und Verschleiß decken im ersten Jahre kaum ein Viertel, im zweiten Jahre kaum die Hälfte, im dritten und vierten Jahre endlich die Hälfte des Aufwandes.

Ehe wir nun daran gehen, neben die von Wehle für die Siebzigerjahre angegebenen Ziffern Daten über die Kosten heutiger Tageszeitungen zu setzen, muß ein Wort über die Schwierigkeiten gesagt werden, mit denen jede Ermittlung über die wirtschaftlichen Verhältnisse bestehender Zeitungsunternehmen verknüpft ist. Die Verwaltungen der Blätter lieben es nicht, Daten über ihre Unternehmen mitzuteilen. Noch jeder, der sich wissenschaftlich mit den ökonomischen Verhältnissen des Zeitungswesens befaßte, hat diese Erfahrung gemacht*. Selbst Ludwig Salomon, der verdienstvolle Historiograph der deutschen Zeitung, hat sich zumeist vergeblich bemüht, von den Verlegern über die wirtschaftlichen Verhältnisse ihrer Zeitungen Auskunft zu erhalten**. Und ein mit Zeitungsverhältnissen so wohl vertrauter Fachmann wie Ernst Posse, der Chefredakteur der „Kölnischen Zeitung", muß bekennen, daß er seine Beobachtungen über die Rolle des Anzeigenwesens im Budget der modernen Zeitung mit konkreten Beispielen nicht zu erhärten vermag, da „kapitalistische Unternehmungen, wie die modernen Zeitungen, keinen Einblick in ihren Etat gestatten***". In der Tat sind die wenigen Daten, die Posse mitteilt, meistens ziemlich alt und aus dritter Hand. Ich selbst kann aus eigener Erfahrung die Schwierigkeiten der Erlangung verläßlicher Daten über das Budget und die Erwerbsverhältnisse der Zeitungen nur bestätigen. Es ist mir wiederholt geschehen, daß Blätter die Erteilung von Auskünften über ihre Betriebe glatt ablehnten, auch dann, wenn sich

* Als besonders charakteristisch in dieser Hinsicht möchte ich einen Artikel des „Zeitungs-Verlag" (Eigentum und Verlag des Vereines Deutscher Zeitungsverleger; Hannover, 1911, 12. Jahrg., Nr. 36) anführen, der unter dem Titel „Eine bedenkliche Rundfrage" mit großer Indignation berichtet, ein *stud. cam.* habe sich mit einem Fragebogen an mehrere Zeitungsverleger gewendet, um Material für eine Doktorarbeit über Kosten und Rentabilität des Zeitungsinserates zu erhalten. Das Blatt warnt davor, dem Fragesteller Daten zu geben, bezeichnet die Anfragen als Belästigung und erklärt, dieses Thema eigne sich überhaupt nicht für eine rein wissenschaftliche, von der Praxis losgelöste Bearbeitung. Es scheine, als ob die volkswirtschaftlichen Professoren hier und da um neue Themata für ihre Schüler verlegen seien.
** Kellen, Die Entwicklung des Anzeigen- und Reklamewesens in den Zeitungen (Studien über das Zeitungswesen), Frankfurt, 1907, S. 205, nach einer Mitteilung Salomons.
*** Posse, Die moderne Zeitung, Deutsche Revue, XXXV. Jahrg., Oktober und November 1910, S. 87.

die gestellten Anfragen auf Daten bezogen, die selbst bei größter Ängstlichkeit ohne Schaden und Gefahr hätten bekannt gegeben werden können. Schließlich ist es mir dann geglückt, von mehreren Wiener Zeitungen Angaben über ihre Kalkulationen und Etats zu erhalten, allerdings unter der Bedingung, die Blätter selbst nicht namentlich anzuführen. Es lagen mir auch Bücher und Rechnungen einer vor mehreren Jahren eingegangenen Wiener Tageszeitung vor, aus denen mancher Aufschluß zu gewinnen war. Über die deutschen, besonders über die Berliner Blätter habe ich neue Daten nicht ermitteln können. Von diesen speziell sind Angaben überhaupt nicht zu erhalten, was auch Diez* mit Bedauern besonders hervorhebt.

Wir kennen den Aufwand der „Münchener Neuesten Nachrichten", der vom Verlage selbst für das Jahr 1900 mit M. 660.000 vierteljährig, also M. 2,640.000 im Jahr angegeben worden ist; das Abonnement bringt hier nur 35·7 % der Gestehungskosten, der Rest wird aus den Einnahmen des Inserates bedeckt, wie auch der Gewinn aus den Annonceneinnahmen fließt**. Bei der „Kölnischen Volkszeitung" werden die Gesamtherstellungskosten bei einer Auflage von 25.000 Exemplaren mit M. 1,000.000 beziffert, wovon nur zirka 54 % (nach einer anderen Version 45 %) durch den Ertrag der Abonnements gedeckt erscheinen***.

Ziffern jüngeren Datums sind mir aus Österreich-Ungarn bekannt geworden. Eines der größten Wiener Blätter beziffert mir den jährlichen Gesamtbedarf für seine beiden täglichen Ausgaben mit K 1,580.000. Von einem mit beiweitem geringeren Aufwande an Redaktionsspesen und Papier hergestellten Wiener Blatte — der Chefredakteur selbst bezeichnet es als „bescheiden und sparsam geführt" — das übrigens zur kritischen Zeit nur einmal täglich erschienen ist, erfahren wir, daß es einen Jahresaufwand von 600.000 Kronen hat†. Dieses Blatt — die „Reichspost" — hat seither eine Abendausgabe erhalten und dürfte jetzt einen wesentlich höheren Etat haben. Ein im Stile der größten Wiener Blätter gehaltenes, in deutscher Sprache erscheinendes ungarisches Blatt, der „Pester Lloyd", hatte 1910 ein Jahreserfordernis von

* Das Zeitungswesen (Leipzig, 1910), S. 99.

** Munzinger, Die Entwicklung des Inseratenwesens in den deutschen Zeitungen (Heidelberg, 1902), S. 66.

*** Kellen, l. c., S. 234, 235.

† Rede des Chefredakteurs der „Reichspost" Dr. Funder auf dem VII. allgem. österr. Katholikentage in Innsbruck, 10. September 1910 (Reichspost, XVII. Jahrg., Nr. 250).

K 1,072.806*. Alles das sind Blätter von im Durchschnitte nicht übermäßigem Aufwande.

Diese Zahlen geben aber noch immer keinen vollkommenen Begriff von den Kosten einer großen modernen hauptstädtischen Zeitung, da sie nur den Aufwand eines Betriebsjahres umfassen, während die unverhältnismäßig gewichtigeren Gründungs- und Einführungskosten darin gar nicht zum Ausdrucke kommen. Diese Gründungs- und Einführungskosten aber tragen in ihrer exorbitanten Höhe am meisten dazu bei, die moderne Zeitung zu einer nur dem Großkapital zugänglichen Unternehmung zu machen.

Die Aufwendungen, welche das vorhin schon erwähnte, zweimal täglich erscheinende Wiener Blatt beansprucht hat, ehe es auch nur annäherungsweise aktiv wurde, werden mir mit 6 bis 6½ Millionen Kronen angegeben. Über eine andere, allerdings in weit weniger anspruchsvoller Weise angelegte täglich einmal erscheinende Wiener Zeitung wird mir mitgeteilt, daß sie K 1,440.000 (M. 1,200.000) konsumiert habe, ehe sie aktiv geworden sei. Dieses Blatt hat im ersten Monate seines Erscheinens bis zu 200.000 Exemplare täglich gratis verteilt, später durch Monate bis zu 100.000 Exemplare.

Gustav Schmidt, der sich in seinem Buche über „Kauf, Gründung und Finanzierung von Zeitungen**" als — ehemaliger — Geschäftsführer des Vereines deutscher Zeitungsverleger bezeichnet und in jeder Hinsicht den Eindruck eines erfahrenen, von keinerlei Sentimentalität angekränkelten Zeitungsgeschäftsmannes macht, schlägt die Kosten der Betriebseinrichtung für ein in einer Auflage von etwa 40.000 bis 50.000 Exemplaren in einer deutschen Mittelstadt von zirka 150.000 Einwohnern erscheinendes tägliches Blatt mit rund Mk. 200.000 an***. Er rechnet zwei Rotationsmaschinen zum Preise von zusammen M. 70.000 bis 75.000, Motore, Schriften, Hilfsmaschinen und sonstige Installationsauslagen für Sterotypie, Miete etc. mit im ganzen M. 125.000. Das ist gewiß nicht zu viel, wenn man bedenkt, daß seit 1903 der Gebrauch von Setzmaschinen im Zeitungswesen ziemlich allgemein geworden ist und fast überall neben dem Handsatze in steigendem Maße Setzmaschinen in Verwendung stehen, die, je nach dem System, zwischen M. 5500

* Generalversammlung der Pester Lloyd-Gesellschaft. — Pester Lloyd vom 7. Mai 1911, S. 18.

** Leipzig, 1903, bei Herm. Beyer.

*** S. 21, 22.

und 12.000 kosten*. Bei einer heute neu einzurichtenden Druckerei wird zwar auf den Handsatz, der ja jedenfalls für die Inseratenherstellung unvermeidlich ist, kaum verzichtet, wohl aber für den Textsatz zum überwiegenden Teil durch Aufstellung von Setzmaschinen vorgesorgt werden.

Sobald nun das Blatt zu erscheinen anfängt, wird die Gratisverteilung zum Zwecke der Bekanntmachung und der Propaganda beginnen**. Das bedeutet nach der Kalkulation Schmidts eine tägliche Aufwendung von M. 1000, wovon bei einer Auflage von 45.000 und einem Umfange von 12 bis 16 Seiten M. 600 bis 800 allein auf Papier entfallen. Diese tägliche Ausgabe muß ein Vierteljahr lang fortgesetzt werden, ehe die Gratisverteilung, ohne der Weiterentwicklung des Blattes zu schaden, etwas eingeschränkt werden kann, was sich zunächst in einer Verminderung der Papierkosten bemerkbar machen wird***. Wenn dann — was gewiß einen günstigen Fall annehmen heißt — 20.000 Abonnenten zum Bezugspreise von 30 Pfg. pro Monat sich gefunden haben, und der Inseratenertrag M. 150 per Tag ausmacht, so stehen noch immer Einnahmen von M. 350 täglich einer Ausgabe von etwa M. 800 (bei 30.000 Exemplaren Gesamtauflage) gegenüber. Bei fortschreitend günstiger Entwicklung kann sich schließlich am Ende des ersten Geschäftsjahres der erforderliche Zuschuß von M. 450 auf M. 250 vermindert haben. Im ersten Jahre wären also unter den von Schmidt angenommenen Voraussetzungen M. 140.000 bis M. 150.000 zuzuzahlen. Im zweiten Geschäftsjahre — der Bezugspreis des Blattes darf inzwischen auf 50 Pfg. erhöht werden — wird bei fortdauernd günstiger Weiterentwicklung des Unternehmens der notwendige Zuschuß nur mehr noch etwa M. 30.000 bis 40.000 betragen, und im dritten Jahre kann vielleicht schon eine 2- bis 3%ige Verzinsung des Anlage-

* Linotype: M. 12.000, Monoline: M. 7000, Typograph M. 5500. — Vergl. Beyer, Die volkswirtschaftliche und sozialpolitische Bedeutung der Einführung der Setzmaschine S. 40. — Vergl. auch Heller, Das Buchdruckgewerbe. S. 20—27.

** Nicht mit Unrecht bemerkt Schmidt, S. 20: „Während in jedem anderen Gewerbe die Gründungsunkosten nach der Installation des Geschäftes und Reservierung eines etwaigen Propaganda-Etats erschöpft sind und schlimmstenfalls mangels genügender Aufträge neben den Gehalten nur noch die Haushaltungskosten Ansprüche an die Kassa erheben, muß eine neue Tageszeitung, ehe sie Einnahmen erzielt, täglich unverdrossen Werte produzieren und diese ganz oder halb verschenken".

*** Schmidt, S. 21.

kapitals gewärtigt werden. „Günstiger als hier angenommen," sagt Schmidt*, „wird wohl kein neues Zeitungsunternehmen sich entwickeln, wohl aber viel schlechter. Die Konkurrenzunternehmer brauchen nur ihre Blätter ebenfalls eine Zeitlang gratis abzugeben, dann hat der neue Verleger gleich 10.000 Abonnenten weniger und kann auch viel schwerer in das Inseratengeschäft kommen." Schmidt hält daher neben dem von ihm angegebenen Anlagekapital von ca. M. 400.000 noch einen reichlichen Reservefonds für nötig; fehle dieser, so riskiere man eventuell den Verlust des ganzen Anlagekapitals. Der Möglichkeit, bei einem gut gehenden Zeitungsunternehmen eine Verzinsung von 20 bis 25% zu erzielen**, steht die eminente Gefahr des Kapitalsverlustes gegenüber. Jedes Jahr gehen nach Schmidt*** etwa 100 bis 150 Blätter ein, und von den über 8000 Zeitungen, die in Deutschland erscheinen†, vegetieren reichlich 1000 mühselig mit Unterbilanzen. „Es finden sich immer wieder Geldleute, die mit Unterstützungen solchen Blättern das Lebenslicht erhalten, und nachdem die Zeitung vielleicht vier- bis fünfmal ihren Besitzer gewechselt hat, wirft sie im besten Falle eine Rente von 2 bis 3% ab."

Nach Schmidts Ausführungen ist also bei der Gründung einer Tageszeitung mittleren Ranges und Umfanges in einer deutschen Mittelstadt ein Kapital von ca. M. 500.000 notwendig, wenn das Unternehmen einigermaßen Erfog haben soll. Es ist klar, daß die Gründung einer hauptstädtischen, großen Zeitung entsprechend höhere Kapitalsmittel verlangt. In Wien wird angenommen, daß der mindeste Betrag, mit dem man sich an ein solches Unternehmen wagen darf, K 1,500.000 sind. Die Ziffer ist eher zu niedrig gegriffen. Wir haben ja bereits den konkreten

* S. 22.

** Schmidt, S. 25.

*** S. 10, 11.

† Diese Ziffer ist entschieden zu hoch gegriffen, wenn es sich um Zeitungen allein handeln soll, deren es nach den übereinstimmenden Ergebnissen der Statistiken 3700 bis 3800 in Deutschland geben dürfte. Zeitschriften allerdings erscheinen ca. 5000 (die Statistiken differieren hier bedeutend). Vergl. Garr. Inseratensteuer, S. 58 bis 60. Schmidt schätzt wohl Zeitungen und Zeitschriften zusammen. Nach Stoklossa, Deutsches Zeitungswesen (Dokumente des Fortschritts. Berlin 1911, 4. Jahrg., 3. Heft, S. 160—163) sind von den rund 7630 deutschen Zeitungen, Zeitschriften und Fachblättern, die am Anfange des Jahres 1900 bestanden, bis zum 1. Jänner 1911 nicht weniger als 1352 oder 17·72% eingegangen. Das stimmt mit Schmidts Schätzung so ziemlich genau überein.

Fall eines Wiener Blattes erwähnt, das allerdings besonders kostspielig und anspruchsvoll angefangen wurde, und erst nachdem es K 6,000.000 bis 7,000.000 konsumiert hatte, im zehnten Jahrgange, eine penible Aktivität erreichte. Ganz zu schweigen von den kolossalen englischen und amerikanischen Ziffern: Sind doch für die nach kurzem Bestande eingegangene Londoner liberale Tageszeitung „The Tribune" nicht weniger als £ 300.000 Gründungskapital bereitgestellt worden*, und wird doch berichtet, daß Harmsworth bei der Gründung der „Daily Mail" bereits über M. 1,000.000 ausgegeben hatte, ehe die erste Nummer veröffentlicht wurde**. In amerikanischen Zeitungskreisen schätzt man das zur Gründung eines zweimal täglich erscheinenden grossen New-Yorker Blattes notwendige Kapital auf 12 Millionen Mark.***) Mit Recht verweist Schmidt† darauf, und er denkt dabei an den Berliner Zeitungsverleger August Scherl und den von diesem mit großen Opfern gegründeten „Tag", daß nur ein sehr gut fundierter, an Kapitalsresourcen reicher Geschäftsmann, schon wegen der fortlaufenden kolossalen täglichen Ausgaben fünf oder zehn Jahre warten kann, bis sich das Anlagekapital verzinst; ein weniger gut mit Kapitalien ausgestatteter Unternehmer wird an einer solchen Sache zugrunde gehen, und wenn er das Erscheinen des Blattes nicht einstellt, werden noch einige andere Geldgeber sein Schicksal teilen.

Und kein unerquicklicheres, kein kläglicheres Schauspiel kann es geben, als das eines Blattes, dem die Mittel vorzeitig ausgegangen sind, das seine Existenz von Woche zu Woche mit allerlei Auskünften fristet, mit der Laterne nach Geldmännern sucht und — um ein Wort Karl Büchers†† zu gebrauchen — seine Publikationskraft und seine Meinungsäußerungen „an jedes zahlungsfähige Privatinteresse verkauft". Aber selbst sehr stark und an sich ausreichend kapitalisierten Zeitungsunternehmen stößt es zu, daß ihnen infolge der durch den heftigen Konkurrenzkampf verursachten Steigerung der Spesen die Mittel temporär ausgehen. Ein Berliner Finanzjournalist, der früher Handelsredakteur an Berliner Zeitungen war, Dr. Alfons Goldschmidt, hat die Behauptung

* Lorenz, Die englische Presse, S. 47.

** Pozzi, Die Entwicklung der englischen Presse (Der Zeitungs-Verlag, 12. Jahrg. Nr. 30).

*** von Skal, Das amerikanische Zeitungswesen; Der Zeitungs-Verlag, Hannover, 1912, XII. Jahrg., Nr. 16.

† S. 12, 13.

†† Das moderne Zeitungswesen, Die Kultur der Gegenwart, T. I, Abt. 1, S. 505.

aufgestellt*, die Propaganda, der Nachrichtendienst und „die Köderung illustrer Mitarbeiter" verschlängen bei der Berliner Tagespresse seit mehreren Jahren solche Unsummen, daß einige Verleger bei den Banken Kontokorrentkredite von bedeutender Höhe in Anspruch genommen hätten, die sogar zu direkter Beteiligung der Banken führen könnten, jedenfalls aber den Handelsteil der betreffenden Blätter in eine höchst unstatthafte und schädliche Abhängigkeit von den Darlehen gewährenden Banken brächten. „Nicht nur die Geschäftstätigkeit der Banken selbst, auch die der Gesellschaften ihres Konzerns wird in einer schamlosen Weise geschont." Die Frankfurter Zeitung** hat dieser summarischen Anklage widersprochen, und es ist in der Tat sehr wahrscheinlich, daß Goldschmidt übers Ziel schießt. Aber das scheint unbestreitbar, daß er auf ein Moment aufmerksam macht, das nicht bloß in seiner Phantasie allein lebt, daß er einen Vorgang verallgemeinert, der als Einzelfall sich vermutlich ereignet haben dürfte, da er in der ganzen wirtschaftlichen Konstruktion und Entwicklung des modernen Großzeitungswesens begründet scheint. Daß es daneben auch große Blätter gibt, die — wie gerade die „Frankfurter Zeitung" — wirtschaftlich so gefestigt und aufrecht sind, daß sich derartige Versuchungen gar nicht an sie heranwagen, ist ebenso unleugbar, aber eine Sache für sich. In Österreich sind direkte kapitalische Beteiligungen von Banken an Zeitungsunternehmungen seit geraumer Zeit eine ziemlich alltägliche Erscheinung.

Ganz anders, als bei den großen und mittleren Tagesblättern liegen die Verhältnisse naturgemäß bei den Kleinzeitungen. In sehr kleinen Orten, die noch keine Zeitung haben, läßt sich schon mit M. 1000 bis M. 1500 Kapital ein Blättchen gründen; diese Investition soll genügen, um 300 bis 400 Abonnenten und damit einen Reingewinn von M. 300 bis M. 400 zu erreichen***. Bensheimer hat in seiner aufschlußreichen Untersuchung über die politische Tagespresse Badens† die Existenzbedingungen solcher Dorf- und Kleinstadtblätter mit interessanten Einzelheiten dargestellt. Das Blatt ist hier, wenigstens soweit die Auflage unter 1000 bis 2000 Exemplaren bleibt, zumeist

* Großbanken und Handelspresse; „März", V. Jahrgang, 11. Heft, S. 502, 503.

** 55. Jahrgang, Nr. 129, ex 1911, Handelsblatt.

*** Schmidt, S. 23.

† Die politische Tagespresse Badens am Beginn des 20. Jahrhunderts. (Mannheim, 1910), S. 35—51.

Nebenbetrieb einer schon bestehenden Buchdruckerei. Der Buchdrucker fungiert fast immer auch als Redakteur, wie denn der Drucker mitunter sogar seinen ganzen Personalbedarf aus seiner eigenen Familie zu decken imstande ist. Der Zeitungsverlag nimmt in der Regel kaum ein Drittel des ganzen Betriebes in Anspruch. Die Kosten des Blattes werden überwiegend aus dem Abonnement gedeckt, und die Inserate spielen hier bei weitem nicht die ausschlaggebende Rolle wie bei den Großzeitungen. Zum größten Teile dient das Blatt als ständige Reklame für die Druckerei, wie ja die Existenz des Blattes sehr oft nur dem Bestreben entspringt, das Betriebskapital, Maschinen und Gehilfen voll auszunützen. In Österreich liegen die Verhältnisse ähnlich. Aus einer Enquete über die deutsche Provinzpresse Österreichs* erfährt man, daß „die nationalen und freiheitlichen Provinzblätter an kleineren Orten zumeist Nebengeschäft einzelner Buchdrucker sind . . . Dem Verleger ist das Blatt nur eine Reklame für seine Buchdruckerei und höchstens eine Beschäftigung für den Setzer während sonstiger Arbeitspausen."

Sobald aber Auflage und Umfang der Kleinzeitung etwas größer sind, sobald das Blatt mehrere Gehilfen, einen eigenen, von der Akzidenzdruckerei geschiedenen Betrieb, ein etwas reichlicheres Redaktionsmaterial bedingt, hört auch das Abonnement schon auf, die Hauptsache zu sein und das Inserat wird zur Grundlage des Ertrages**. Auf einer auch nur einigermaßen höheren Stufe der technischen Entwicklung und numerischen Verbreitung ist dieses für die moderne Zeitung überhaupt typische Verhältnis bereits die Regel. Auch wird hier das zur Gründung und zum Betriebe notwendige Kapital schon so namhaft, daß an Stelle des privaten Besitzers häufig Kommanditgesellschaften oder Genossenschaften mit beschränkter Haftung auftreten. Und mit jedem Schritt, den diese kleinen Blätter auf dem Wege der Kapitalassoziation und Investition machen, um den mittleren Zeitungen näher zu kommen, nähern sie sich in der Regel auch den Lebensformen der mittleren und großen Geschäftspresse an.

---

* Veranstaltet von der „Deutschnationalen Korrespondenz" (Wien, 9. Jahrgang ex 1909, Nr. 4, 8, 9, 57). Die zitierte Stelle aus einer Äußerung des Chefredakteurs Dr. v. Goerner in Linz.

** Bensheimer, S. 45–49.

IV.

Gehen wir nun daran, das Budget der modernen Großzeitung, das wir in seinem Umfange bereits kennen gelernt haben, näher zu untersuchen, so stoßen wir auf die gleiche Schwierigkeit, die uns schon bei der Feststellung der allgemeinen ökonomischen Verhältnisse im Zeitungsgewerbe begegnet ist — auf das Geheimnis, mit dem die Verleger ihre Betriebsrechnungen umgeben. Es ist unendlich schwierig, sich da zuverlässige und genaue Daten zu verschaffen. Und selbst solche Zeitungsunternehmen, die als Aktiengesellschaften zur öffentlichen Rechnungslegung verpflichtet sind, tun alles mögliche, um die Einzelheiten ihres Geschäftes nicht irgendwie deutlich werden zu lassen. Zum Glück weisen die sozialdemokratischen Zeitungsunternehmen genaue Bilanzen aus, und man kann daraus sehr wünschenswerte Aufklärung gewinnen. Mir sind außerdem von zwei Wiener Blättern ziemlich detaillierte Kalkulationen bekannt geworden, die hier benützt werden sollen.

Die deutsche Zeitung wird — inhaltlich wie wirtschaftlich — charakterisiert durch ihren polyhistorischen und polypragmatischen Charakter, der sich dann äußerlich schon in dem relativ sehr großen Umfange der Blätter, ihrem starken Papier- und Satzverbrauch ausdrückt. Die Kosten dieser Ausdehnung finden in den durch die heftige Konkurrenz gedrückten Verschleiß- und Abonnementspreisen der Zeitungen ihre Deckung nicht; diese muß vielmehr in einer eifrigen Pflege der Annonce gesucht werden. Vermöge dieser charakteristischen Umstände steht das deutsche Zeitungswesen dem englischen nahe, entfernt sich jedoch in sehr bedeutsamer Weise von dem Zeitungswesen der romanischen Länder.

Nichts kann diese Verhältnisse deutlicher machen, als eine Vergleichung der Bilanzen des deutschen sozialdemokratischen Zentralorganes, des „Vorwärts", und des offiziellen Parteiblattes

der französischen Sozialdemokratie, der „Humanité". Ich entnehme die den „Vorwärts" betreffenden Daten der im Protokoll über die Verhandlungen des Parteitages der sozialdemokratischen Partei Deutschlands zu Magdeburg 1910* veröffentlichten Bilanz des Blattes, die auf die „Humanité" bezüglichen Ziffern der Bilanz dieses Blattes pro 1910, welche mir durch die Freundlichkeit der Redaktion und durch Vermittlung eines Pariser Freundes, des Herrn Emil Ney, in Abschrift zugänglich gemacht worden ist. Man kann beide Blätter als in ihrer Art charakteristisch und repräsentativ ansehen. Der „Vorwärts" unterscheidet sich im Grunde, was Technik und Umfang betrifft, sehr wenig von irgend einer anderen Berliner politischen Tageszeitung, die ohne großen Aufwand an Privattelegrammen und Reportage gemacht wird; die „Humanité" wieder ist der genaue Typus eines Pariser politischen Tagblattes, das mit einfachen redaktionellen Mitteln im Umfange von vier Seiten hergestellt wird.

	„Vorwärts"	„L'Humanité"
Gesamtkosten	M. 1,518.740	Frs 869.497
Papier- und Druckkosten	M. 1,170.237	Frs. 431.241
Erträgnis des Inserats	M. 497.185	Frs. 41.268
Erträgnis des Abonnements	M. 1,137 434	Frs. 95.193

Was hier zunächst in die Augen fällt, ist die ungleich bedeutendere Höhe der Kosten des deutschen Blattes. Der „Vorwärts" hat einen Jahresverbrauch von M. 1,518.740, die „Humanité" einen Etat von nur Frs. 869.497 jährlich. Diese große Differenz wird — abgesehen von der nicht ausgewiesenen und mir daher unbekannten Höhe der Auflage — begründet durch den viel bedeutenderen Umfang und den dadurch hervorgerufenen Mehrverbrauch an Papier und Satz bei dem deutschen Blatte. Die Druckereirechnung (Papier, Satz, Farbe, Druck) macht beim „Vorwärts" jährlich M. 1,170.237 aus, bei der „Humanité" nur Frs. 431.241. Es ist ein erheblicher und fühlbarer Unterschied: Hier das stoffüberladene, an Rubriken und Beilagen reiche, höchst umfängliche und entsprechend kostspielige deutsche Blatt; dort

* Berlin, 1910, S. 45.

das nur vierseitige, relativ stoffarme, überaus sparsam in Papier und Satz hergestellte französische Journal. In diesem Beispiele drückt sich bereits die vollkommene Verschiedenheit der Produktionsbedingungen aus. In Deutschland die sehr hohen Kosten, die eine Neugründung nur beim Vorhandensein bedeutender Kapitalien möglich erscheinen lassen; in Frankreich die relativ geringen Kosten einer bescheiden angelegten politischen Tageszeitung und die dadurch gegebene größere Leichtigkeit einer Gründung*.

Zugleich treten auch noch zwei andere wesentliche Momente plastisch hervor.

Der „Vorwärts" weist ausschließlich Abonnements aus: M. 1,076.694 Abonnements durch die Expedition, M. 60.739 durch die Post, zusammen M. 1,137.434; die „Humanité" zieht nur Frs. 95.193 aus dem Abonnement, dafür aber Frs. 740.874 aus dem Einzelverschleiß. Auch das darf man generell nehmen und auf die ganze französische Tagespresse anwenden: Das französische Blatt wird verhältnismäßig wenig abonniert und allgemein einzeln auf der Straße erstanden; die deutsche Zeitung basiert auf dem Abonnement; der Einzelverschleiß kommt daneben weniger in Betracht.

Besonders charakteristisch sind aber die das Inserat betreffenden Ziffern. Der „Vorwärts" weist an Insertionseinnahmen M. 497.185 aus, fast ein Drittel also seines gesamten Bedarfes; die „Humanité" nur Frs. 41.268, was weniger als ein Zwanzigstel ihres Etats ist. Die verschiedene Rolle und Gestaltung des Inseratenwesens in der deutschsprachigen und in der französischen Presse ist da deutlich sichtbar. Was sich hier im konkreten Falle der beiden sozialdemokratischen Parteiblätter ergibt, gilt für die

* Destrem teilt in der bereits zitierten Dissertation „Les Conditions économiques de la Presse" (S. 143, 144) die Bilanz eines in einer Auflage von 20.000 Exemplaren erscheinenden Pariser Ein-Sous-Blattes mit, die er aus ernsthafter Quelle erhalten haben will. Danach beträgt das Monatsbudget dieses Blattes Frs 22.400, ein Aufwand, dem nur Frs. 17.600 an Einnahmen gegenüberstehen. Der Jahresaufwand macht mithin Frs. 268.800 aus, davon entfallen auf Satz, Druck und Papier Frs. 93 600, auf die Redaktion Frs. 36.000. Die Ziffern, welche zehn Jahre alt sind, dürften für die heutigen Verhältnisse etwas zu niedrig gegriffen sein und finden auch wohl nur auf ein kleines Blatt Anwendung. Erklärt doch Destrem ausdrücklich, daß das Blatt, welches er im Auge habe, von seiner Auflage nur die Hälfte absetze und die anderen 10.000 Exemplare als Makulatur verkaufe. Immerhin zeigen diese Ziffern jedoch deutlich den verhältnismäßig geringen Aufwand, den eine Zeitungsgründung in Paris verursacht.

ganze deutsche und französische Presse. Die statistischen Untersuchungen, die Noussanne* über den Inhalt der französischen Tageblätter und — dessen Beispiel folgend — Stoklossa** über den Inhalt der deutschen Tageszeitungen angestellt haben, ergeben analoge Resultate. In den 15 Berliner Blättern, die von Stoklossa durchgezählt wurden, machte innerhalb einer Woche der redaktionelle Teil zusammen 554.320, der Anzeigenteil 291.209 Zeilen (d. h. 65·56 und 34.44%) aus. Bei 15 großen Blättern außerhalb Berlins ist das Verhältnis zwischen Text und Inserat ganz das gleiche: 552.799 zu 289.688 Zeilen oder 65·68 zu 34·32%. Das gibt bei den beiden Kategorien zusammen ein Verhältnis zwischen Text und Inserat von 65·62 zu 34·38%. Dem steht bei der französischen Presse ein Verhältnis zwischen Text und Inserat von 73·20 zu 26·80 gegenüber. Noussanne beklagt es sehr, daß die Inserate in der französischen Presse so unzulänglich — mit nur einem Viertel des Raumes — vertreten seien und sagt, die finanzielle und moralische Situation der französischen Zeitungen würde sich heben, wenn das Annoncenwesen darin einen breiteren Raum einnehmen würde. Noussanne spricht dies aus, obwohl er in seiner Statistik zwischen verkleideten und offenen Anzeigen (Réclames déguisées et avouées) unterscheidet und also den Punkt berührt, in dem die Abweichung des französischen vom deutschen Zeitungswesen in bezug auf die Annoncen eigentlich zu suchen ist.

Die französische Presse kann ebensowenig wie die deutsche auf den Ertrag des Reklamewesens verzichten; sie zieht ihre finanziellen Kräfte ebenso wie die deutsche aus diesem Boden. Allerdings unter anderen Modalitäten.

In den deutschen Blättern wird bei normalen Annoncen die Zeile mit höchstens 90 Pfg. berechnet — dieser Preis ist der im Mosseschen Zeitungskatalog pro 1911 für die Familiennachrichten der „Frankfurter Zeitung" angegebene, ich habe bei Tageszeitungen keinen höheren gefunden, die Preise bleiben vielmehr in der Regel stark darunter —, in der Pariser Presse sind bei einigermaßen gelesenen Journalen Preise zwischen Frs. 2·50 bis Frs. 10 per Zeile usuell***. Nur bei Stellengesuchen,

* Que vaut la presse quotidienne française? Revue Hebdomadaire 11. Jahrg., Nr. 27 vom 7. Juni 1902, S 1—26.

** Der Inhalt der Zeitung, Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft, 66. Jahrg. 1910, 3. Heft, S. 555—565.

*** Vergl. den Mosseschen Zeitungskatalog pro 1911, S. 117, S. 379—381.

Vermietungsannoncen und anderen kleinen Anzeigen, die lediglich an bestimmten Wochentagen veröffentlicht werden, geht der Preis mitunter auf Frs. 1—2 herab. So fordern z. B. von deutschen Blättern pro Zeile (die Breite variiert etwa zwischen 45 und 57 mm):

	Pfennig
„Berliner Tageblatt"*	80
„Berliner Morgenpost"	90
„Berliner Börsen-Zeitung"	50
„Germania"	40
„Kreuz-Zeitung"	40
„Vossische Zeitung"	50
„Vorwärts"	50
„Münchner Neueste Nachrichten"	40
„Hamburger Nachrichten"	40
„Frankfurter Zeitung"	50—90
„Kölnische Zeitung"	45—90

Dagegen:

	Francs
„Echo de Paris"	5—10
„Figaro"	6
„Journal"	8
„Matin"	5—8
„Petit Journal"	10
„Petit Parisien"	10
„Temps"	3

Diese Ansätze können nicht ganz ohne weiteres miteinander verglichen werden, da die Höhe und Breite der Zeilen nicht unwesentlich variiert; aber der zwischen deutschen und französischen Blättern bestehende, ganz bedeutende Preisunterschied bei den Annoncen tritt, auch wenn man diese Fehlerquelle in Betracht zieht, doch vollkommen deutlich hervor.

Sehr merkwürdig ist die Preisgestaltung der Annoncen bei den österreichischen Blättern. Während die deutschen und französischen Zeitungen das Inserat nach zwei Kategorien bewerten, zunächst nach dem Umfange und dann noch allenfalls nach der Seite, auf der es erscheint, ziehen die österreichischen Blätter

* Bei zwei Fachblättern, die dem „Berliner Tageblatt" regelmäßig beiliegen, finde ich einen Zeilenpreis von M. 1·25, bezw. M. 1 angegeben; hier kommen aber wohl nur die Preise des Inserats im Blatte selbst in Betracht.

neben diesen beiden Momenten auch noch den Inserenten selbst in Betracht. Die Preise differieren nicht nur nach dem Umfange des Inserates und dem Orte, wo es erscheint (letzte Seite Text- und Theaterzettelseiten, Kleine Anzeigen, Familiennachrichten, etc.), sondern auch nach dem Ausgangspunkt der Annonce. Rührt das Inserat von einer Behörde, Bahn, Bank, Versicherungs- oder Aktiengesellschaft her, so erhöht sich der Preis ipso facto um 20, 50, ja 100 Prozent. Bei den Preisangaben der meisten Wiener Tagesblätter in Mosses Zeitungskatalog findet sich der vielsagende Vermerk: „Anzeigen von Börseninstituten, Aktiengesellschaften, Banken, Bahnen, Versicherungsgesellschaften Spezialtarif". Diese Einrichtung ist wohl als ein wenig sympathisches Residuum aus der Gründerzeit anzusehen und verschwände besser ganz. Auch in Prag und Budapest sind die Spezialtarife für Verkehrs- und Geldinstitute üblich*.

Während also die deutschen Zeitungen zu einem relativ mäßigen Tarife Seiten über Seiten mit Ankündigungen füllen, beschränken die französischen Zeitungen ihren eigentlichen Annoncenteil auf wenige hundert Zeilen, fordern für diesen Raum einen sehr hohen Tarif, öffnen aber gleichzeitig ihr ganzes Blatt der Textreklame in jeder Form. Nicht nur Anpreisungen von Waren und Etablissements jeder Art im Textteile, die ja auch die deutschen Blätter zu erhöhten Preisen aufnehmen, sondern auch Buchrezensionen, Theaterbesprechungen, Gesellschaftsartikel, politische und soziale Charakterbilder sind für Geld und auf Bestellung jederzeit zu haben. Vor allem aber wird der finanzielle Teil der Blätter in aller Form an Börsenkonsors und Privatunternehmer verpachtet, und zwar für höchst ansehnliche Summen. Von einem Pariser Blatte wird mir glaubwürdig versichert, daß die Jahrespacht der Börsen- und Finanzrubrik dort Frs. 700.000 beträgt**. Es hat sich sogar in Paris eine Gesellschaft gebildet, welche die Pacht der *„Bulletins financiers"* in den verschiedenen bedeutenden Tagesblättern an

* Früher haben diese besonderen „Spezialtarife" für Aktiengesellschaften auch in Deutschland existiert. — Schmölder (Das Inseratenwesen ein Staatsinstitut, Leipzig, 1879, S. 16) zitiert den Tarif der „Kölnischen Zeitung", der damals für Reklamen von Aktiengesellschaften M. 3 gegenüber M. 1·50 für sonstige Reklamen und 40 Pfg. für Inserate ansetzte.

** Ich finde die Angabe, daß der Petit Parisien vom Trust (Gruppe Rénier) für seine Finanzrubrik Frs. 600.000 an Pacht beziehe, das Echo de Paris Frs. 500.000. — Vergl. Der Zeitungs-Verlag, XII. Jahrg., Nr. 160.

sich zu bringen, die Finanzpublizität der französischen Presse zu vertrusten trachtet. Der sozialistische Deputierte Jean Jaurès hat kürzlich in der Kammer darauf hingewiesen und die Gefahren dieser Unternehmung für die öffentliche Meinung des Landes scharf hervorgehoben*. Vor zwei oder drei Jahren — sagt Jaurès — habe sich etwas ereignet, was für die französische Politik höchst verderbliche Wirkungen zeitigen werde. Früher seien die Finanzberichte in den Blättern verschieden und verstreut gewesen. Keines habe die Wahrheit gesagt, aber da sie alle die Wahrheit auf verschiedene Art gefälscht hätten, so habe das eine Art von Wahrheit ergeben. Jetzt sei ein Trust der Finanzbulletins entstanden, der in allen Angelegenheiten in allen Blättern die gleiche Note anschlage. In den Blättern aller Richtungen und Parteien ertöne nun zur gleichen Zeit die gleiche Weise, würden nun dieselben Unternehmungen angepriesen. Man treibe die öffentliche Meinung dergestalt wie eine Hammelherde in die gleiche Straße. Trotz der angeblichen Scheidung zwischen dem politischen Teile des Blattes und der — verpachteten — Finanzrubrik beeinflusse das bulletin financier doch die politische Haltung der Zeitung in solchen Fragen, wo das Staatsinteresse und private Interessen im Konflikte seien, zu Gunsten dieser. So gelinge es der Geschäftspolitik, die Politik des Landes zu beeinflussen.

Jaurès sagt da keineswegs zu viel; die Vereinigung der Pacht der Finanzrubriken so vieler großer Blätter in einer Hand ist eine große Gefahr für die allgemeine Wohlfahrt. Finanzinteressen können sich da in einer höchst bedenklichen Weise in den öffentlichen Angelegenheiten mächtig geltend machen. Da außerdem für die Pacht der Finanzrubriken große Summen gezahlt werden müssen, so muß die Gesellschaft bedacht sein, um jeden Preis Gewinne zu erzielen und, wenn nicht anders, zu erzwingen. Aber auch ohne diese neue Trustorganisation ist die Verpachtung des Finanzteiles der Blätter ein arger Übelstand. Die Pächter sind entweder Bankiers, die dann in der ihnen ausgelieferten Rubrik ihre eigenen Finanztransaktionen zu befördern streben, oder aber Journalisten, die aus der Rubrik nun einen die Pachtung möglichst stark übersteigenden Ertrag herauszupressen trachten. In jedem Falle ist dieser Zustand kläglich und sonderbar genug.

* Rede in der Kammersitzung vom 6. April 1911. — „Journal officiel", XLIII. Jahrg., Nr. 96. — Chambre des Députés 10e législature; 96e séance. S. 1773—74.

Die Reduktion des eigentlichen Annoncenteiles in den französischen Blättern auf ein Minimum schließt es also nicht aus, daß den Zeitungen aus dem Reklamewesen höchst bedeutende Erträgnisse zufließen, gewiß nicht minder bedeutende, als jene, welche die deutschen Blätter erzielen. So wird die Annoncen- und Reklameeinnahme des „Petit Journal" pro 1902 mit netto Frs. 2,800.000 ausgewiesen, die des „Petit Parisien" im gleichen Jahre mit Frs. 1,700.000*. Was aber das französische System bedeutend und ausschlaggebend vom deutschen unterscheidet, das ist, daß die französische Zeitung durch die Einschränkung der eigentlichen Annoncen und durch die Verlegung der hochbezahlten Reklamen in den Text des Blattes, ihren Umfang in engen Grenzen erhält, während das deutsche Blatt durch das Anwachsen seiner Annoncenseiten immer umfänglicher wird und entsprechend steigende Aufwendungen an Papier und Satz bedingt.

Sehr deutlich tritt das hervor, wenn man die technischen Einrichtungen der deutschen und französischen Blätter vergleicht. Die deutschen Zeitungen haben höchst ausgedehnte Setzereien, wie das ja in ihrem großen Umfange begründet ist, dafür aber geringere Auflagen und daher zumeist wenige Rotationsmaschinen; die französischen Blätter haben — ihren großen Auflagen entsprechend — einen enormen Maschinensaal und eine — ihrem geringen Umfang gemäß — beschränkte Setzerei. Die nachstehende Tabelle (S. 49) mag das veranschaulichen. Die Ziffern berufen, was die beiden Wiener Blätter „Zeit" und „Neues Wiener Tagblatt" betrifft, auf eigenen Erhebungen. Die Daten über die Pariser Blätter habe ich aus den Denkwürdigkeiten des Herausgebers des „Gaulois" Arthur Meyer** geschöpft, an dessen genauer Kenntnis der Pariser Zeitungsverhältnisse nicht zu zweifeln ist.

Eine gewiß nicht unwichtige Folge dieser Verhältnisse ist, daß für die meisten deutschen Zeitungen, ihrem Umfang und Schwergewicht entsprechend, die Kolportage eine geringe Rolle spielt, während der Absatz des vier bis acht Seiten starken französischen Blattes sehr wesentlich auf diesem Wege geschieht. Der französische Camelot kann in eiligem Lauf sehr bequem 50 bis 60 Exemplare seiner Zeitung mit sich tragen, während ein deutscher Kolporteur alle Mühe haben würde, auch nur ein

* Kellen, Die Entwicklung des Anzeigen- und Reklamewesens in den Zeitungen. — Studien über das Zeitungswesen. S. 250.

** *Ce que mes yeux ont vu.* (Paris, Plon, 1911) S. 375—380.

Name des Blattes	Zahl der Setzer	Zahl der Rotationsmaschinen	Auflage	Seitenzahl
„Neues Wiener Tagblatt"	112 (72 Handsetzer, 40 Maschinensetzer an 20 Linotypes)	5	70.000 bis 120.000	44—56. An Sonntagen 120, an Feiertagen bis zu 240
„Die Zeit" (Wien)	36 (davon 20 Maschinensetzer an 10 Linotypes)	2	Bis zu 35.000	16—82
„Petit Journal"	12 Linotypes	17	1,000.000	6
„Petit Parisien"	16 Linotypes	24	1,400.000 1,600.000	8
„Le Journal"	14 Linotypes und 10 Handsetzer	14	?	8

Dutzend Exemplare einer Feiertagsnummer, etwa der 216 Seiten starken, über $1/2$ kg (627·75 g) wiegenden Osternummer des „Neuen Wiener Tagblatt" mit sich zu führen.

Diese Verhältnisse bringen es auch mit sich, daß die Bilanzierung und Rentabilität einer französischen Zeitung ganz anderen Gesetzen folgt, als die des deutschen Blattes.

Das französische Journal pflegt, wie wir bereits gesehen haben, das Annoncenwesen nicht extensiv, sondern intensiv, es sieht weniger auf raumfüllende Annoncen, als auf einträgliche Reklamen. Die Annonce ist zum großen Teil, ja zum größten Teil verdrängt durch die „Publicité", die bezahlten Reklamen im redaktionellen Teile. Der durch Auflage, Verbreitung und Leserkreis bedingte Wert ihrer Publizität drückt sich bei den einzelnen französischen Blättern also weniger in der Masse, als im Preise der entgeltlichen Einschaltungen aus, und der Umfang des Blattes bleibt sich dabei zumeist vollkommen gleich. Es ist daher klar, daß sowohl die Zunahme der Publizitätsaufträge wie die Zunahme der Auflage für das Blatt ein ausgesprochener Gewinn sein und eine Erhöhung des Ertrages bewirken muß.

Anders die deutschen Blätter. Da bei ihnen der Publicité im französischen Sinne gewisse durch Sitte, Herkommen und Moralbegriffe gegebene Grenzen gezogen sind, da außerdem die Textreklamen erst allmählich in Aufnahme kommen und anzuwachsen beginnen*, der Publizitätsmarkt daher noch zum überwiegend größten Teil die eigentliche Inseratenseite zum Schauplatze und Gegenstand hat, führt die Zunahme des Inserates zu einer Ausdehnung des Blattes, die, wenn sie über einen gewissen Umfang hinaus geht, für das Unternehmen verlustbringend zu werden beginnt. Im Verein mit dieser Erscheinung hört auch die Steigerung der Auflage auf, unter allen Umständen ein Vorzug und Gewinn zu sein, denn wenn aus dem Umfange des Blattes ein Verlust resultiert, so muß dieser Verlust sich bei steigender Auflage vervielfachen.

Höchst wesentlich ist dieses Moment und daher muß wohl des näheren davon gesprochen werden.

So lange die deutsche Zeitung ein schmächtiges, in Umfang und Auflage eng begrenztes Produkt war, mußte naturgemäß die Steigerung des Absatzes unter allen Umständen als gewinnbringend und daher anstrebenswert erscheinen. Knies**, der sich 1857 über diese Frage des Zeitungswesens äußert, kommt daher zu dem Schlusse: „Da auch die stärkste Zunahme der Kunden immer nur einen sehr kleinen Teil der Gesamtarbeit und der Produktionskosten vervielfältigt, während alles übrige für 100.000 Abnehmer nicht anders wie für 100 aufgewendet werden muß, so ist jeder Fortschritt zur Durchführung eines Großbetriebes für Verleger und Redaktion mit ungewöhnlich großen Vorteilen verbunden." Bei den damaligen Zeitungsverhältnissen war es in der Tat nur ein sehr kleiner Teil der Produktionskosten, der durch die Erhöhung der Auflage vervielfältigt wurde. Die Spesen für Redaktion und Satz blieben dieselben, nur der Papierverbrauch und die Kosten von Druck und

* Im Mosseschen Zeitungskataloge findet sich neben den Preisangaben der Blätter für die Annoncen überall auch der Preis der „Reklame-Zeile", d. h. der entgeltlichen Einschaltung im Textteile verzeichnet. Allerdings werden solche Reklamen in den deutschen Blättern vorwiegend schon äußerlich als solche deutlich gemacht, während sie in der französischen Zeitung nahezu restlos mit dem eigentlichen Text verschmolzen und für ein weniger geschultes Auge kaum herauszufinden sind. Wie mancher hat schon für die Quintessenz pariserischer Geltung und Bedeutung genommen, was nichts als geschickte „publicité" zu Frs. 20—60 die Zeile war.

** Der Telegraph, S. 60.

Expedition wuchsen in sehr bescheidenem Maße an. Mit der Ausgestaltung der Blätter, deren Annoncenteil speziell die Gründerjahre anschwellen ließen, ändert sich das Bild. Wehle, der seine Betrachtungen über die Zeitung 1878 veröffentlicht, läßt sich bereits ganz anders vernehmen*. Er geht allerdings noch immer davon aus, daß sich, in dem Maße als die Auflage sich erhöht, auch gewisse Ausgaben für jedes einzelne Exemplar verringern; die Redaktions- und Satzkosten seien gleich, ob nun 1000 oder 12.000 Exemplare gedruckt würden. Ein Blatt mit großer Auflage könne das einzelne Exemplar darum billiger herstellen, als ein anderes mit kleiner Auflage. Auch hänge der Inseratenerfolg des Blattes von der größeren Verbreitung ab. Bis hierher decken sich die Erfahrungen des Zeitungsmannes Wehle mit den Feststellungen des Gelehrten Knies. Alsbald schränkt aber Wehle den Erfahrungssatz: Je größer die Auflage, desto größer der Gewinn, erheblich ein. „Von den zwei Faktoren," sagt er, „aus welchen sich die Einnahmen einer Zeitung zusammensetzen, Abonnement und Inserat, ist nur der letztere unbedingt einträglich. Die Zahl der Inserate kann noch so sehr anschwellen, sie wird nur das Erträgnis steigern. Das Abonnement aber kann unter Umständen ein lästiger Segen werden, und zwar dann, wenn die Inserate schon eine solche Ausdehnung haben, daß sie die Haupteinnahmsquelle bilden. Der einzelne Abonnent zahlt entweder knapp die Kosten seines Exemplares, oder weniger, als die Herstellung kostet, so daß ein Teil des Erträgnisses des Inserates für die Herstellung verwendet werden muß. Jeder Abonnent bedeutet dann eine Auslage und je mehr die Abonnenten zuwachsen, desto mehr summiert sich dieses kleine Defizit zu einer stattlichen Auslage, die das Gesamterträgnis beeinträchtigt." — Hier hören wir also bereits klagen, daß ein Teil der Herstellungskosten des Blattes aus dem Inseratengewinn gedeckt werden müsse und daher jedes neue Exemplar etwas von dem Gewinne des Unternehmens abbröckle. In diesem Sinne konserviert auch die mündliche Tradition der Wiener Zeitungsadministrationen ein Diktum des bekannten Wiener Zeitungsgeschäftsmannes August Zang, des Begründers der „Presse", welches lautet. „Jeder neue Abonnent ist mein Feind!"

In einer der jüngsten Schriften über das Zeitungswesen, der 1910 erschienenen von Diez**, findet sich dann schließlich bereits die Erfahrung angedeutet, daß nicht nur das Ansteigen

* Die Zeitung, S. 57, 58, 59.

** Das Zeitungswesen, S. 142.

der Auflage, sondern auch das Anwachsen des Umfanges verhängnisvoll werden kann. Die Ausdehnung des Leserkreises, sagt Diez, werde nur soweit angestrebt, als das Inserateninteresse sie möglich mache und wünschenswert erscheinen lasse; „ist aber diese Grenze erreicht, so verliert der Verleger des Blattes das Interesse an dessen Weiterverbreitung . . . Der Raum wird immer knapper, je mehr der Leserkreis sich erweitert; bei einer Auflage von Hunderttausenden gehen die Kosten eines Viertelbogens schon in die Hunderte". Hier tritt schon andeutungsweise der Gedanke hervor, daß man nicht nur die Auflage, sondern auch den Umfang der Blätter in gewissen Grenzen halten muß, wenn nicht das Erträgnis beeinträchtigt werden soll.

Und in der Tat: die Herstellung des Gleichgewichtes zwischen Auflage, Inserat und Umfang ist eine der großen Sorgen eines modernen Zeitungsgroßbetriebes. Es liegen mir Rentabilitätsberechnungen und Kalkulationen eines der größten Wiener Blätter vor, aus denen diese Verhältnisse klar hervorgehen. Das in Rede stehende Blatt hat eine Auflage von zirka 70.000 an Wochentagen und von 120.000 bis 130.000 Exemplaren an Sonn- und Feiertagen. Die Nummer kostet an Wochentagen 8, an Sonn- und Feiertagen 10 h; die Erhöhung des Preises für das Feiertagblatt um 2 h ist seinerzeit damit begründet worden, daß zugleich mit dem Umfange auch die Auflage dieser Nummern in steten Steigen begriffen sei und die technische Herstellung sowie der Vertrieb einen außerordentlich hohen Kostenaufwand verursachen. Das Mißverhältnis zwischen Text, Druck- und Papierkosten einer solchen Nummer und dem bisherigen Preise sei so stark geworden, daß es nicht länger fortbestehen könne. — Das Blatt erscheint zweimal täglich, die Abendausgabe kommt aber hier, wo es sich um die Ermittlung gewisser allgemeiner zeitungsökonomischer Prinzipien handelt, nicht weiter in Betracht.

Diese Zeitung kalkuliert folgendermaßen: Sie legt ein Hauptblatt von 32 Seiten der Berechnung zugrunde. Das erste Tausend dieses Hauptblattes wird derart kalkuliert, daß in ihm die allgemeinen Unkosten (Satz, Stereotypie, Druck, Abnützung des Materials, Zinsen, Amortisation, Miete etc.) sämtlich inbegriffen sind. Jedes weitere Tausend kostet dann nur mehr Farbe und Druck. Der Rest des Blattes wird als Beilage betrachtet und hier wird beim ersten Tausend der Gesamtaufwand jedes Bogens für Satz und Druck, bei jedem weiteren Tausend nur Druck und Farbe berechnet. Das Papier wird einheitlich per tausend Bogen in Anschlag gebracht.

Auf dieser Grundlage ergeben sich folgende Ziffern:

Hauptblatt (2 Bogen à 16 Seiten):

Per Bogen: 1. Tausend Satz und Druck K 320·—;
Jedes weitere Tausend K 7·—.

Beilagen (der Bogen à 8 Seiten):

1. Tausend Satz und Druck K 120·—;
Jedes weitere Tausend K 4·—.

Bei Sonn- und Feiertagsblättern verringern sich vom 55. Tausend angefangen die Kosten pro Bogen beim
Hauptblatt auf K 5·80; bei der
Beilage auf K 3·20 für das Tausend.

Das Papier kostet für das Tausend 16seitiger Bogen K 40·—. Legt man diese Ziffern zugrunde, so kommt eine Wochentagsnummer von der durchschnittlichen Stärke von 60 Seiten bei der Annahme einer Auflage von 70.000 Exemplaren auf:

Satz und Druck des Hauptblattes (32 Seiten) . . .	K 1570·—
Satz und Druck der Beilagen (28 Seiten)	„ 1344·—
Kosten des Papiers	„ 3675·—
Gesamtkosten	K 6589·—

Nimmt man nun die Einnahme mit 8 h per Blatt an, rechnet man 2 h für Abgaben an die Verschleißer, beziehungsweise Kosten der Zustellung und des Versandes ab, so kommt man zu einem Gesamterlös der Auflage von K 3300·—; rechnet man ferner 25½ Seiten „Kleine Anzeigen", das Stück minimal à K 1·20 und zirka 115 davon auf die Seite, so ergibt sich eine Einnahme von K 3519·—; 14 Seiten Annoncen zum Durchschnittsseitenpreise von K 350.— ergeben K 4.900·—; den Gesamtkosten stehen also folgende Einnahmen gegenüber:

Abonnement und Verschleiß	K 4.200·—
Kleine Anzeigen	„ 3.519·—
Inserate	„ 4.900·—
Gesamtertrag	K 12.619·—

Es ergibt sich also ein Verdienst von K 6030·—*.

* Würde die Auflage etwa um 15.000 weniger, also 55 000 ausmachen, so wären die Gesamtkosten um die Papier- und Druckdifferenz geringer: K 5459·50 (— K 1129), der Gesamtertrag nur um den Verkauf vermindert: K 11.719 (— K 900), der Erlös daher größer: K 6259·50 (+ 228·50) Hier bedeutet die Steigerung der Auflage bereits eine — wenn auch geringfügige — Verminderung der Rentabilität.

Rechnen wir nun auf der Grundlage der gleichen Ansätze ein Sonntagsblatt von 128 Seiten (32 Seiten Hauptblatt, 96 Seiten Beilagen, 6½ Seiten „Kleine Anzeigen“ und 38 Seiten Annoncen) bei einer Auflage von 120.000 Exemplaren durch, so erhalten wir bei Zugrundelegung eines Verkaufspreises von 8 h per Stück (10 h minus 2 h Verschleißabgabe, bezw. Zustellungs- und Versandspesen) folgende Ziffern:

Satz und Druck des Hauptblattes . .	K 2.150·—
Satz und Druck der Beilagen	„ 6.528·—
Papier	„ 13.440·—
Gesamtkosten	K 22.118·—
Erlös der Auflage	K 9.600.—
Kleine Anzeigen	„ 8.487·—
Annoncen	„ 13.300·—
Gesamtertrag	K 31.387·—

Es ergibt sich mithin ein Verdienst von K 9269·—.

Wenn wir nun schließlich eine Feiertags- (Oster- oder Weihnachts-) Nummer von 216 Seiten (32 Seiten Hauptblatt, 184 Seiten Beilagen, 38 Seiten kleine Anzeigen, 69 Seiten Annoncen) und 120.000 Exemplaren Auflage in Betracht ziehen, so ergeben sich folgende Ziffern:

Satz und Druck des Hauptblattes . .	K 2.150·—
Satz und Druck der Beilagen	„ 12.512·—
Papier	„ 22.680·—
Gesamtkosten	K 37.342·—
Erlös der Auflage	K 9.600·—
Kleine Anzeigen	„ 5.244·—
Annoncen	„ 24.150·—
Gesamtertrag	„ 38.994·—

Es ergibt sich also ein Verdienst von K 1652·—.
Stellen wir nun die Resultate dieser drei Blätter zusammen.

	Seiten	Auflage	Verdienst
Wochentagsnummer	60	70.000	K 6030·—
Sonntagsnummer	128	120.000	K 9269·—
Festtagsnummer	216	120.000	K 1652·—

Wir sehen also, daß der Ertrag des Blattes bei einem Umfange von über 100 Seiten und einer Auflage von 120.000 seinen Höhepunkt erreicht hat und bei der Verdoppelung des Umfanges im Feiertagsblatt rapid auf ein Minimum herabsinkt. Von sehr sachverständiger Seite wird mir dazu noch bemerkt, daß man bei der Festtags-Nummer ruhig den noch verbleibenden kleinen Ertrag in ein, wenn auch minimales, Defizit umwandeln kann, da der Transport und die Expedition dieser riesigen Mengen bedruckten Papiers an Wagenspesen, Markenmehrkosten, Spezialentschädigungen für das Expeditions- und Austrägerpersonal etc. Auslagen verursachen, welche dem hier errechneten Gewinne mindestens gleich sind. Bücher* hat mit ausdrücklichem Hinweis auf die großstädtischen Annoncenblätter, die „nur einen Teil ihrer Kosten aus dem Abonnement decken und denen jede weitere Vermehrung des Abonnements geradezu Schaden bringt“, ein Gesetz der Massenproduktion aufgestellt: „Bezeichnet man die Masse (Stückzahl) der in einem kapitalistischen Produktionsprozeß erzeugten Ware mit m, die durchschnittlichen Stückkosten mit k, ihre constanten Kosten mit c und die variablen Stückkosten mit v, so ist $k = \frac{c}{m} + v$. Es liegt auf der Hand, daß k umso kleiner sein muß, je größer m wird, und daß beim Gleichbleiben des Wertes v die Wirkung von $\frac{c}{m}$ in der Summe $\frac{c}{m} + v$ sich immer mehr abschwächt. Daraus wird die prozentuale Abnahme der Kostenminderung für die Produktionseinheit bei größer werdenden Massen leicht verständlich und man begreift, wie schließlich ein Punkt kommen muß, an dem eine weitere Vermehrung der Produktmasse keinen ins Gewicht fallenden Vorteil mehr bietet, weil die sich nur noch leise fortsetzende Minderung der Durchschnittskosten durch äußere Gegenwirkungen unwirksam gemacht wird.“ Diesen Punkt, an dem die weitere Produktvermehrung ökonomisch vorteilhaft zu sein aufhört, nennt Bücher die Nutzgrenze. Unmittelbar unter dieser Nutzgrenze liegt die Nutzhöhe, d. i. jene Produktmasse, bei der sich die niedrigsten relativen Produktionskosten ergeben. Wollte man dieses Bücherschе Gesetz der Massenproduktion auf den eben untersuchten konkreten

* Das Gesetz der Massenproduktion, Zeitschrift für die ges. Staatswissenschaft, LXVI. Jahrg. Tübingen, 1910, S. 440—442.

Fall anwenden, so wäre bei der Festtagsnummer die Nutzgrenze weit überschritten, während die Sonntagsnummer sich um die Nutzhöhe bewegt.

Es kann wohl als erwiesen angenommen werden, was in Wiener Verlegerkreisen erfahrungsmäßig als eine Art zeitungswirtschaftliches Naturgesetz angesehen wird, daß nämlich bei dem landesüblichen Preise des Blattes und der Inserate, bei einem Umfange von zirka 100 Seiten und bei einer Auflage von etwa 100.000 Exemplaren die äußerste Grenze des Gewinnes erreicht ist, und jede weitere Steigerung sowohl des Umfanges wie der Auflage eine Verringerung des Ertrages herbeiführt.

Dieses zeitungsökonomische Gesetz bezeichnet die Grenze, innerhalb welcher die beiden hauptsächlichsten wirtschaftlichen Bestrebungen des Zeitungsverlages — Vermehrung der Auflage und Vermehrung des Inserats — mit einander verbunden zu erhöhter Rentabilität führen. Jede dieser Erscheinungen für sich wird dem Unternehmen vorteilhaft sein. Ein Blatt geringen Umfanges ergibt bei steigender Auflage — wir sehen es an den französischen und an mehreren deutschen Blättern — steigenden Gewinn; ein Blatt von geringerer Auflage wird bei zunehmendem Inserat sich zunehmend rentieren. In der Gleichzeitigkeit und Verbindung beider Erscheinungen, des wachsenden Umfanges und der wachsenden Auflage, liegt die vorhin erwiesene, bei einer gewissen — nicht allgemein giltigen, sondern nur von Fall zu Fall feststellbaren — Grenze eintretende Gefahr einer Schmälerung der Rentabilität.

Es ergibt sich die wirtschaftliche Notwendigkeit einer genauen Scheidung der Großblätter in solche mit umfangreichem Inserat aber nur begrenzt steigerbarer, unter einem gewissen Maximum bleibender Auflage, und in solche engbegrenzten Umfanges und unbegrenzter Steigerungsfähigkeit der Auflage.

Da diese Scheidung wirtschaftlich zweckmäßig und bedingt erscheint, wird sie wohl auch im Laufe der weiteren Entwicklung des deutschen Zeitungswesens eintreten.

V.

Wenn man die publizierten Budgets des deutschen und des französischen sozialdemokratischen Parteiblattes vergleicht — die Rechnungen existierender bürgerlicher Blätter erschließen sich ja leider fast niemals der Untersuchung — so kommt man zu den nachstehenden Ergebnissen:

	Gesamtaufwand	Papier u. Druck	Redaktion
„Vorwärts"	M. 1,518.740·—	M. 1,170.237·—	M. 165.498 —
„L'Humanité"	Frcs. 869.498·—	Frcs. 431.241·—	Frcs. 110.675 —

Es entfallen also bei dem deutschen Blatte ca. 80%, bei dem französischen ca. 50% des Gesamtaufwandes auf Druck und Papier; die Redaktion nimmt beim deutschen Blatte etwa $^1/_{10}$, beim französischen Blatte etwa $^1/_8$ der Kosten in Anspruch. Man wird diese Verteilung der Spesen bis zu einem gewissen Grade und für eine gewisse große Kategorie von Tageszeitungen als charakteristisch ansehen dürfen. Auf die große, an teuer bezahlten Privattelegrammen und Spezialbeiträgen reiche Nachrichten- und Informationspresse wird man weder bei den deutschen, noch bei dem französischen Beispiele denken dürfen; aber für den Betrieb von Blättern, die mit wenig Privatdepeschen, ohne Reportage im großen Stil und ohne teuere belletristische Beiträge mit den Mitteln einer nicht allzu zahlreich besetzten Redaktion bestritten werden, können sie gewiß ihre Geltung haben. Der „Vorwärts" kommt — so grundverschieden seine politischen und Absatzverhältnisse auch sind — doch technisch-ökonomisch wenig anders zustande, als andere politische Blätter, etwa wie die „Kreuz-Zeitung" oder die „Germania"; und die

„Humanité“ ist geradezu der Typus eines mit nicht sehr großen Mitteln ins Leben gerufenen Pariser politischen Blattes von ansehnlicher Auflage. Der „Radical“ oder die „Republique française“ werden im wesentlichen gewiß kein größeres Ausgabenbudget haben, eher ein noch bescheideneres.

Naturgemäß werden bei mit größeren Mitteln und größerem Aufwande geführten Blättern zunächst die Redaktionsauslagen steigen*. Papier und Druck bewegen sich in festen Preis-, bezw. Tarifverhältnissen und sind daher wenig variabel; dagegen sind die Aufwendungen für Privatdepeschen, politische und belletristische Beiträge, Zeichnungen und Beigaben inkommensurabel und daher am stärksten veränderlich. So wie sie jede Erweiterung zulassen, vertragen diese Kosten auch manche Reduktion. Die Ausgaben für Papier, Satz und Druck jedoch sind unveränderlich, und können nur zugleich mit dem Umfange und der Auflage des Blattes eingeschränkt und erhöht werden.

Der Preis des Rotationsdruckpapieres hat sich in den letzten Jahren wenig geändert und variiert auch in den einzelnen Staaten nicht sehr stark. Es kostet zurzeit (1911) Zeitungspapier für Rotationsdruck**:

In Österreich	K 25·—	bis K 28·—	per	100 kg	franko	Wien
„ Deutschland	M. 19·—	„ M. 21·—	„	100 „	„	Berlin
„ Frankreich	Fr. 27·—	„ Fr. 29·—	„	100 „	„	Paris

Frankreich und Österreich stehen etwa gleich im Preise; in Deutschland ist der Papierpreis allerdings nicht unwesentlich — um K 2 bis K 3 — billiger.

Auch die Satzpreise sind in Deutschland weniger hoch, als in Österreich***. Hier wie dort haben sie sich allerdings im Laufe des letzten Vierteljahrhunderts infolge der starken Organisation der Setzer und der besonderen Verhältnisse im Zeitungsgewerbe sehr stark

* Bei dem vorhin mehrfach erwähnten großen Wiener Blatte entfallen bei einem Jahresausgabenetat von 4½ Millionen Kronen, 1·3 bis 1·4 Millionen auf Papier und 1·3 Millionen auf Redaktionskosten. Der Rest ist Druckerei, Administration, Expedition.

** Nach einer freundlichen Mitteilung der Neusiedler Aktiengesellschaft für Papierfabrikation in Wien.

*** Vergl. den Wiener Zeitungssetzertarif für täglich erscheinende Blätter, gültig vom 1. Jänner 1907 bis 31. Dezember 1914. (Abgedruckt im Jahrbuch des Klubs der Zeitungssetzer Wiens, XXVII. Jahrg. ex 1911, S. 74—97) und den deutschen Buchdruckertarif, gültig ab 1. Jänner 1907 bis 31. Dezember 1911. (Abgedruckt in den Beiträgen zur Arbeiterstatistik Nr. 8, bearbeitet im kaiserl. statistischen Amt; die Weiterbildung des Tarifvertrages im Deutschen Reich, Berlin 1908, S. 365—382).

Jahr	Handsetzer per 1000 Buchstaben	Maschinensetzer per Woche	Inseratensetzer per Woche	Überstunden	Arbeitszeit
1883	26 Kreuzer	—	12 Gulden	2 Kreuzer vor Mitternacht, 4 Kreuzer nach Mitternacht vom Verdienst-Gulden	Unbegrenzt
1886	27 Kreuzer	—	14 Gulden	Bis 16 Gulden Lohn 40 Kreuzer, über 16 Gulden Lohn 50 Kreuzer	Unbegrenzt
1888	27 Kreuzer	—	14 Gulden	Bis 16 Gulden Lohn 40 Kreuzer, über 16 Gulden Lohn 50 Kreuzer	Unbegrenzt
1894	56 Heller	—	30 Kronen	Bis 30 K Lohn 80 h, über 30 K Lohn 1 K	9½ Stunden
1896	60 Heller	—	32 Kronen	Bis 32 K Lohn 1 K, über 32 K Lohn K 1·20	9 Stunden
1900	64 Heller gewisses Geld K 50 bei 68.000 Buchstaben per Woche. Überschuß laut Tarif	K 60·— bei einer Leistung von stündlich 5000 Buchstaben an Linotype, 3500 Buchstaben an Typograph, 4000 Buchstaben an Monoline	36 Kronen	K 1·20 per Stunde	8½ Stunden. Für Maschinensetzer 6½ Stunden (und eine Stunde Putzen)
1903—1906	66 Heller K 55·— gew. Geld wie oben	K 63·—	38 Kronen	K 1·40 per Stunde	8½ Stunden, Maschinensetzer 6½ Stunden
1907—1914	69 Heller; ab 1911: 71 Heller. Gew. Geld K 52·—; ab 1911: K 54·—	K 65·—; ab 1911: K 67·—	K 40·—; ab 1911 K 42·—	K 1·80 per Stunde	8½ Stunden Maschinensetzer 6½ Stunden

erhöht. Wenn man die verschiedenen Tarifverträge vergleicht, die seit 1883 für Wien zwischen Prinzipalen und Zeitungssetzern zustande kamen — abgedruckt in den verschiedenen Folgen des jetzt im XXVII. Jahrgange stehenden Kalenders des Klubs der Zeitungssetzer Wiens — so begegnet man einer kontinuierlichen Erhöhung der Löhne in Verbindung mit einer ebenso fortschreitenden Herabsetzung der Arbeitszeit (Tabelle S. 59).

Es ist also innerhalb 28 Jahren eine Steigerung der Minimallöhne beim Handsatz von 52 Heller auf 71 Heller, also um 19 Heller, das ist zirka 35%, beim Inseratensatz von K 24·— auf K 42·—, also um K 18·—, das ist 75%, eingetreten; gleichzeitig ist die anfänglich gar nicht begrenzte Arbeitszeit von $9^1/_2$ auf $8^1/_4$ Stunden herabgegangen, also um 5 Viertelstunden kürzer geworden.* Zu den tarifmäßigen Minimallöhnen kommt noch eine Reihe ebenfalls tarifmäßiger Entschädigungen, so für Überstunden zwischen 12 bis $^1/_2$2 Uhr nachts K 2·—, von $^1/_2$2 Uhr weitere K 2·—, für die Zeit von 2 bis 3 Uhr nachts K 4·—. Für Feiertagsarbeit wird neben den normalen Preisen eine Entschädigung von K 8·— berechnet. Die Bezüge der Setzer bleiben daher nur selten beim Minimum stehen und erreichen in Wien vielfach 60, 70, 72, 80, ja 100 und 110 Kronen wöchentlich im Handsatz; die Maschinensetzer erzielen Wochenresultate von K 67 bis 72. In Berlin hat gleichzeitig — 1909 — der durchschnittliche Wochenlohn eines Maschinensetzers (Linotype) M. 46·24 betragen, wobei in Betracht kommt, daß die Arbeitszeit um 1 Stunde länger (8 Stunden inklusive $^1/_2$ Stunde Putzzeit) und die geforderte Mindestleistung, 6000 Buchstaben per Stunde, an der Linotype um 1000 Buchstaben höher ist als in Wien**. Besonders groß ist die Differenz bei den Extrastunden-Entschädigungen, die nach dem deutschen Tarif von 11 bis 12 Uhr nachts 35 Pf., nach 12 Uhr 40 Pf. per Stunde betragen (§ 6, was mit dem 25%igen Berliner Lokalzuschlag (§ 12) 44, bezw. 50 Pf. ergibt (gegen K 2, bezw. K 4 in Wien). Für Feiertagsarbeit stipuliert der deutsche Tarif (§ 7) eine Entschädigung von 25 Pf., also mit Berliner Zuschlag 31 Pf. per Stunde, gegen K 8·— Pauschalvergütung in Wien. Das Tausend Buchstaben Handsatz kostet nach dem deutschen Tarif (§ 16) inklusive Zuschlag 50 Pf. (60 h), nach dem Wiener Tarif 71 h. In Wien haben die Zeitungssetzer ihre Spezialtarifverträge, während der deutsche Tarifvertrag für Werk- und Zeitungssatz gleichmäßig gilt*.

* Für die Zusammenstellung der Tarife bin ich Herrn Direktor Emanuel Wilhelm (Steyrermühl) zu lebhaftem Danke verpflichtet.

** Vergl. Deutscher Tarif, l. c., S. 375—378; Beyer, Einführung der Setzmaschine, S. 61; schließlich vergleichsweise Wiener Tarif, l. c. S. 81—84.

Verfolgt man die Geschichte der Lohnkämpfe im Wiener Zeitungsgewerbe, so wird die Genesis der hier von den Setzern erzielten ganz außerordentlichen Erfolge sofort klar. Während die Werkdruckereien in den Konflikten eine ziemliche Widerstandskraft an den Tag legen, geben die Zeitungsoffizinen in der Regel sofort oder in verschwindend kurzer Zeit nach. Nur ganz zu Beginn der Kämpfe, anläßlich des ersten Wiener Setzerstrikes im Februar 1870, kam es zu einem solidarischen Widerstande der Zeitungsherausgeber, die sich zur Veranstaltung eines gemeinsamen Strikeblattes vereinigten, das den Abonnenten sämtlicher Blätter subsidiarisch zugestellt wurde. Der Zustand dauerte vier Wochen und endete mit einer Niederlage der Strikenden**. Diese Regung der Solidarität ist jedoch in Wien weiterhin vereinzelt geblieben; die Zeitungsherausgeber waren nicht mehr unter einen Hut zu bringen. Charakteristisch in dieser Beziehung ist besonders der Wiener Buchdruckerstrike vom November 1880. Am 10. begann der Ausstand; bereits am Abend des 10. hatten vier Zeitungen die Forderungen der Setzer akzeptiert, am Abend des 14. gaben zwei andere Blätter nach, am 15. und 16. die beiden größten. Bei den Akzidenzdruckereien dauerte der Strike noch mehrere Wochen, im ganzen 56 Tage, an und endete mit dem Rückzuge der Arbeiter***. Heute ist von irgend einem Widerstande gegen die Forderungen der Zeitungssetzer gar nicht mehr die Rede; da sich diese mit den anderen Kategorien der Zeitungsarbeiter — Stereotypeure, Drucker, Expeditoren, Austräger, Administrationspersonal — solidarisch erklärt haben, sind auch die Forderungen dieser Gruppen noch jedesmal bewilligt worden. In allen diesen Verhältnissen zeigt sich eben die besondere Stellung des Zeitungswesens als einer Industrie mit permanenter Konjunktur. In anderen Gewerben können bei Strikes Lieferungen verschoben werden; Perioden lebhafter Be-

* Inzwischen ist für das Deutsche Reich von Prinzipalen und Gehilfen ein neuer, vom 1. Jänner 1912 an giltiger, fünf Jahre laufender Tarifvertrag vereinbart worden, welcher die Löhne im Handsatz um zirka 10% erhöht. Vergl. Der Zeitungs-Verlag, Hannover 1911, Nr. 41, 44 und 46.

** Höger, Aus eigener Kraft. Geschichte eines österreichischen Arbeitervereines (Wien, 1892), S. 421—431.

*** Höger, S. 527—532.

schäftigung wechseln mit Zeiten stagnierenden Betriebes ab. Diese Umstände kann sich der Unternehmer zunutze machen, wenn er sich mit den Arbeitern auseinandersetzen will, so wie ihrerseits die Arbeiter sie ausnützen. Im Zeitungswesen fällt ein solcher Wechsel weg. Hier ist zweimal und öfter im Tage Hochkonjunktur; jeder Tag ist ein *dies minoris resistentiae*. Die Unternehmer stehen der Arbeiterschaft — zumindest in den Hauptstädten — ziemlich wehrlos gegenüber und vermeiden jeden Konflikt. Der Effekt ist eine große Ruhe im Gewerbe, aber auch eine starke Verteuerung der Gestehungskosten der Zeitungen, die sogar dem Aufkommen neuer Zeitungsunternehmen hin und wieder hindernd in den Weg tritt. Dies ist den größten Blättern natürlich nicht unwillkommen. Außerhalb Wiens, in der Provinz, sind die Verhältnisse für die Gehilfenschaft weniger günstig.

Herrschen in diesen Zweigen vollkommen feststehende Verhältnisse, welche eine genaue Berechnung zulassen, so gibt es für den Redaktionsetat eines Blattes keine festen Grenzen und Normen. Hier schwanken die Produktionsbedingungen selbst bei Blättern ein und derselben Art und Anlage in ein und demselben Erscheinungsorte mitunter sehr wesentlich. Auf diesem Gebiete ist Raum für alle möglichen Kombinationen, für jede Ausgestaltung und für jede Einschränkung.

Zunächst ist festzustellen, daß, soweit wenigstens die deutschen Blätter in Betracht kommen, ein sehr großer, wenn nicht der größere Teil des Textes außerhalb der Redaktion entsteht und ziemlich gebrauchsfertig ins Haus geliefert wird. Die im 18. und zu Beginn des 19. Jahrhunderts gerne gebrauchte Wendung, ein Blatt sei „geschrieben" von N. N.*, hat damals gewiß die volle Wahrheit gesagt, wäre aber heute ein Widerspruch und eine Lüge. Die Großzeitung kann den Hilfsorganisationen, wie sie sich in den Depeschenbureaux, den Zeitungskorrespondenzen etc. darstellen, nicht mehr entbehren; der Großbetrieb der modernen Zeitungsindustrie bedarf dieser journalistischen Werkzeugmaschinen. Es ist in den letzten Jahren in dem Bereiche solcher gedruckten und lithographierten Hilfsmittel eine erstaunliche Mannigfaltigkeit und eine ungemein weitgehende Arbeitsteilung zu verzeichnen. Fast für jedes Spezialfach haben sich mehrere Korrespondenzen aufgetan, die den Blättern Berichte aus diesen Ge-

* So hieß es im Titel des „Schwäbischen Merkur" (gegründet 1785): „Verfaßt, gedruckt und verlegt von Elben", was auch, da Elben lange sein einziger Mitarbeiter war, den Tatsachen entsprach. Vergl. Elben, Geschichte des Schwäbischen Merkurs 1785—1885 (Stuttgart, 1885), S. 17.

bieten fertig ins Haus liefern. Hof- und Gesellschaftsnachrichten, parlamentarische und politische Meldungen, wirtschaftliche und Börsenangelegenheiten, Kommunal- und Lokalnachrichten, akademische, Theater- und Sportereignisse, Kriminalfälle und Prozeßverhandlungen werden von Korrespondenzen, die sich für den betreffenden Zweig streng spezialisiert haben, versandt. Dieser Hilfsmittel vermag auch das große und selbständige Blatt nicht zu entraten. Das moderne Leben ist so vielgestaltig und verzweigt, daß es die Mittel jedes, auch des großartigsten Zeitungsunternehmens übersteigen würde, sich aus allen Gebieten und Interessensphären von eigenen Mitarbeitern mit Originalmitteilungen und Artikeln bedienen zu lassen*. Die Obsorge und der Rang des Blattes wird sich vielmehr in der Kontrolle, Auslese und Bearbeitung dieses umfangreichen einlangenden Materials manifestieren. Mögen diese Korrespondenzen auch tun, als ob sie fertige Ware liefern würden, in einer gut organisierten Redaktion werden die Einsendungen der Korrespondenzen immer nur als Halbfabrikat angesehen werden, das erst einem Veredelungsprozeß unterzogen werden muß.

Neben solchen Korrespondenzen, die kein Blatt auszuschalten in der Lage sein wird, gibt es andere, von denen die größeren und kapitalsreicheren Blätter naturgemäß, ihrer allfälligen höheren Ambition entsprechend, keinen Gebrauch machen werden; es sind dies die Roman-, Feuilleton- und Artikelkorrespondenzen. Für M. 30 bis 2000 das Stück erhält die Zeitung an Fortsetzungen

* Anderseits wird die Überfülle täglich neu entstehender Korrespondenzen von den Blättern auch als eine Last enpfunden. Auf der 17. ordentl. Hauptversammlung des Vereines Deutscher Zeitungsverleger ist vom Vorsitzenden bitter darüber Klage geführt worden, daß in Berlin die Korrespondenzen wie Pilze aus der Erde schößen und zu einer wahren Crux für die Zeitungsverleger geworden seien. Die Redaktionen müßten sie alle halten, da doch einmal in einer sich eine gute Nachricht finden könnte. Außerdem gewöhnten sich die Behörden und Regierungen daran, wenn sie etwas in die Blätter bringen wollten, an die Korrespondenzen und nicht an die Blätter selbst, heranzutreten. Den Vertretern der Zeitungen würden schließlich die Türen zugemacht, da man ihrer nicht mehr zu bedürfen glaube. (Bericht im „Zeitungs-Verlag" vom 7. Juli 1911, XII. Jahrg., Nr. 27.) Und auf der 8. Hauptversammlung des Verbandes der Rheinisch-Westfälischen Presse zu Köln (14. Oktober 1911) sagt der Vorsitzende des Vereines Deutscher Zeitungsverleger wiederum, die Korrespondenzen hätten sich mit der Zeit zu einem Unwesen herausgebildet, das schließlich dazu führen könne, daß man überhaupt keine Redakteure mehr brauche, sondern die ganze Arbeit den Korrespondenzen überlasse. (Zeitungs-Verlag, 1911, Nr. 43, Sp. 931, Rede des Dr. Jännecke.)

reiche Romane jeden Geschmacks, jeder Art und jeder Richtung geliefert; gegen ein Stückhonorar von M. 2 bis 15 wird sie mit Feuilletons, die in ihren Rahmen passen, versorgt; sie kann aber auch die Feuilletonkorrespondenz in Bausch und Bogen abnehmen. Für M. 2 bis 10 (mitunter auch für sehr viel weniger) erhält das Blatt seiner Parteirichtung entsprechende politische Artikel und Korrespondenzbriefe in jeder Zahl geliefert. Aus Vereins- und Propagandabureaux weht ihm sehr vieles umsonst, mit verbindlicher Bitte um Abdruck, ins Haus. Das Blatt kann sich seine ärztliche oder landwirtschaftliche Rubrik durch das Abonnement einer oder mehrerer Korrespondenzen dieses Faches versorgen, selbst der Fragekasten wird fix und fertig geliefert*.

Die Blätter können das bloße Manuskript erwerben, sie erhalten aber auch den Roman oder jede andere Textrubrik in fertigen Matrizen geliefert, so daß sich das Setzen dafür ganz erübrigt. Viele Blätter kommen überhaupt in der Weise zustande, daß sie den kompletten Rumpf ihrer Ausgaben fertig in Matrizen, Platten oder schon ausgedruckt beziehen und nur die äußeren Seiten, den Viertel- oder halben Bogen, der gleichsam den Umschlag bildet, und der dann die Ortsnachrichten, letzten Telegramme und — was die Hauptsache ist — Annoncen enthält, selbst herstellen**.

Bietet so schon die bloße Benützung der Hilfsmittel mannigfache Abstufungen dar, so sind in der Gestaltung, Ausstattung und Wirksamkeit der Redaktion selbst noch mehr Abstufungen und Variationen möglich. Der innerpolitische Teil eines Blattes kann ebenso von einem Redakteur, wie von einem halben Dutzend hergestellt werden; der Durchschnittsleser wird den Unterschied vielleicht nicht einmal merken. Der Redakteur einer Rubrik kann daneben noch eine andere versehen oder sich als Kritiker und Feuilletonist betätigen und dem einen Blatte dadurch Ausgaben ersparen, die bei einem anderen Blatte sehr beträchtlich sind. Ein Blatt wird sich darauf beschränken, den Bericht über eine Gerichtsverhandlung oder über eine Elementarkatastrophe einfach den einlangenden Korrespondenzen zu entnehmen; ein anderes wird mehrere Mitarbeiter an Ort und Stelle entsenden, um das Ereignis in Berichterstattung, Kritik und feuilletonistischer Schilderung zu behandeln. Ein Blatt begnügt sich mit

* Für den beliebten „Briefkastenonkel" existieren eigene Korrespondenzen Bensheimer, l. c., S. 56.

** Vergl Bücher, Das moderne Zeitungswesen, Die Kultur der Gegenwart I, 1, S. 199.

den offiziellen Agenturdepeschen und dem Material der Zeitungskorrespondenzen, während ein anderes eigene Vertreter in allen Hauptplätzen unterhält und enorme Beträge für Privattelegramme verausgabt. Alle diese Varianten haben naturgemäß ihre verschiedenen materiellen Effekte; das Budget des Blattes wird von der Art, wie der Text zustande kommt, auf das nachhaltigste beeinflußt. Um die verschiedenen Formen redaktioneller Budgets festzustellen, müßte man zunächst die gesamte journalistische Technik der Zeitungsredaktion erörtern, was aber weder die Aufgabe noch in den Grenzen dieser Schrift ist.

Auch was die Bezüge und Entschädigungen der Redakteure selbst betrifft, so läßt sich eine einigermaßen sichere Berechnungsgrundlage schwer gewinnen. In den Hauptstädten sind die Redakteure verhältnismäßig leidlich bezahlt; in Wien schwanken die Gehalte zwischen K 12.000 und 2400. Chefredakteure und namhafte Feuilletonisten erzielen darüber hinaus gehende Einkommen, während anderseits bei einzelnen kleineren Blättern auch Gehalte unter K 2400 vorkommen. Im ganzen zeigen hier die Einkommen der Redakteure eine eher sinkende, und nur jene namhafterer Feuilletonisten eine steigende Tendenz. In Berlin liegen die Einkommenverhältnisse ungefähr ähnlich, auch in Hamburg und München dürften sich die Gehalte — soweit man dies bei dem fast vollkommenen Mangel einschlägiger Daten und Statistiken beurteilen kann — auf dem gleichen Niveau halten*. Sieht man jedoch von dieser sehr dünnen bevorzugten Oberschicht in den großen Hauptorten ab, so sind im allgemeinen wenig günstige Verhältnisse festzustellen. Stellen von Ressortredakteuren, die mit mehr als M. 5000 dotiert sind, gelten bereits als sehr gesucht**. Für Baden hat Bensheimer*** bei selbständigeren und größeren Blättern den durchschnittlichen Bezug des Chefredakteurs mit M. 5000 (wozu manchmal auch eine Tantième kam) ermittelt, daneben Hilfsredakteursgehalte von nur M. 1200 fest-

* Th. Curti, der Direktor der Frankfurter Zeitung, nimmt das Jahreseinkommen „guter Redakteure und Korrespondenten, die schon längere Zeit im Dienste einer größeren Zeitung stehen," mit M. 8000 bis 12.000 an, wobei er wohl vorzüglich an die Verhältnisse seines eigenen Blattes denkt, die ungewöhnlich günstig sind. Er konstatiert aber gleichzeitig auch, daß bei kleinen Blättern die Gehalte oft auch unter M. 2000 jährlich hinunter gehen. (Curti, Der Literatenstand und die Presse. Vorträge der Gehe-Stiftung, Leipzig, 1911, III. Bd., S. 17.

** Wenck, Zur sozialen Lage der Redakteure und Journalisten. — Patria, Jahrbuch der „Hilfe" 1908, herausgegeben von Fr. Naumann. S. 141.

*** Die politische Tagespresse Badens (Mannheim, 1910), S. 61—64.

gestellt. Bei kleineren Blättern mit einem einzigen Redakteur beträgt der Gehalt M. 3000—4000; das dürfte auch der Bezug der Ressortredakteure bei einigermaßen größeren Provinzblättern sein. Bei den kleinen Buchdruckerblättern der Provinz sind die Verhältnisse der Redakteure wohl zumeist sehr trist. „Solche Männer," heißt es da, „leben meist in derart gedrückten materiellen Verhältnissen, daß ihnen eine freie Betätigung unmöglich ist. Sind sie doch auf Gnade und Ungnade dem Herausgeber ausgeliefert, der — wieder nicht selten —, um einiger Ersparnisse willen, diesem oder jenem den Stuhl vor die Tür setzt." Und eine andere Expertise besagt: „Es ist durchaus nicht gar so selten, daß anerkannt tüchtige, gewissenhafte Schriftleiter . . . sich Nebenverdienst suchen müssen, weil ihre Entlohnung eine geradezu schmählich geringe ist. Jeder bessere Arbeiter darf sich getrost in Hinsicht auf Einkommen mit dem Schriftleiter eines Provinzblattes vergleichen*." Stoklossa** hat statistische Untersuchungen über den Arbeitsmarkt der deutschen Redakteure angestellt, seiner Studie aber allerdings die Stellenanbote und -gesuche aus der „Literarischen Praxis" zugrunde gelegt, was ihn von vornherein auf den ungünstiger gestellten Teil des Redaktionspersonals weist, da sich der Arbeitsmarkt der besser situierten deutschen Journalisten in der Regel nicht in diesem Fachblatte, sondern teils im „Zeitungs-Verlag", teils in den Annoncen der großen Tagesblätter, teils außerhalb allen Annoncierens abwickelt. In Wien zum Beispiel gehören journalistische Stellenangebote oder Stellengesuche durch Annoncen zu den Seltenheiten. Nur Provinzjournalisten und -blätter bedienen sich in Österreich zuweilen dieses Mittels. Man muß das vorausschicken, um die nicht gerade erhebenden Resultate dieser statistischen Untersuchung recht zu verstehen. Stoklossa hat festgestellt, daß bei 50% der von ihm durchgesehenen Stellengesuche überhaupt keine Gehaltsforderung gestellt wird, sondern nur die Formel „bescheidene Ansprüche" zur Verwendung gelangt; er übersetzt das ganz richtig mit: Eine Stelle um jeden Preis! Bei Stellengesuchen wurden — soweit überhaupt feste Ansprüche genannt waren — im Durchschnitt folgende Gehaltssätze beobachtet:

* Enquete der „Deutschnationalen Korrespondenz", Wien, 1909, Nr. 9 und 57.

** Der Arbeitsmarkt der Redakteure. Schmollers Jahrbuch für Gesetzgebung, Verwaltung und Volkswirtschaft im Deutschen Reich, XXXV. Jahrg., 2. Heft (Leipzig, 1911), S. 295—307.

	Mark
Chefredakteure	4742
Politische Redakteure	3249
Hilfsredakteure	1977
Lokalredakteure	2550

Bei den Stellenanboten sind ungefähr die gleichen Ansätze zutage getreten:

Chefredakteure	5214
Politische Redakteure	3696
Hilfsredakteure	1892
Lokalredakteure	2105

Journalisten mit abgeschlossener akademischer Bildung erzielen, wie es scheint, jeweilig etwas günstigere Bedingungen, was wohl weniger dem Respekt der Verleger vor geistigen Werten als der gesellschaftlichen Geltung des Doktortitels zuzuschreiben sein dürfte. Stimmen doch so ziemlich alle Zeugen darin überein, daß die unbefriedigenden Erwerbsverhältnisse der deutschen Redakteure eine Folge des Umstandes sind, daß die Zeitungen in ihrer Mehrzahl rein geschäftliche und kapitalistische Unternehmungen darstellen und als solche wirtschaften. „Unser deutsches Zeitungswesen," sagt Wenck*, „ist den Weg kapitalistischer und großindustrieller Entwicklung gegangen. Der Verleger ist zum Spekulanten geworden . . . Annoncenakquisiteure oder Leiter von Propagandabureaux legen ihre Ersparnisse zinsreich in Zeitungen an. Papierfabrikanten, Maschinenindustrielle, die Rotationspressen erzeugen, und ähnliche, am Zeitungswesen indirekt interessierte Personen, stellen ihnen Geld zur Verfügung. Auf diese Weise sind bei uns in Deutschland in den letzten 20 Jahren ganze Gruppen von Zeitungsunternehmen entstanden, bei denen niemals ein ideeller Gedanke, durch die Zeitung eine bestimmte Partei- oder Lebensanschauung zur Geltung zu bringen, maßgebend war, sondern lediglich der Gesichtspunkt, eine rentable Kapitalsanlage zu schaffen."

* l. c., S. 143, 144.

VI.

Haben wir uns im vorstehenden mit den drei Momenten befaßt, die den Ausgabenetat der modernen Zeitung am stärksten beeinflussen — Papier, Satz und Redaktion —, so wenden wir uns nun dem Gebiete zu, aus dem die Mittel zur Bestreitung dieses Aufwands vorzüglich gezogen werden: Dem Inseratengeschäft und seiner Vermittlung.

Es ist eine merkwürdige Tatsache, daß man im großen Publikum, wo nicht gerade geschäftliche Beziehungen eine nähere Kenntnis der Annoncenverhältnisse vermittelt haben, über die Verhältnisse des Anzeigenmarktes gar nicht oder nur sehr unvollkommen informiert ist. Die Vorstellungswelt der großen Mehrheit wird von dem familiären Bilde beherrscht, daß man eine Annonce zum Schalter des Leibblattes trägt und sofort bar bezahlt, worauf das Inserat dann pünktlich am nächsten Tag erscheint und die Sache erledigt ist. Diese primitive Vorstellung beherrscht sogar auch hin und wieder die Gesetzgeber, so zum Beispiel ist der 1908 im Deutschen Reichstag eingebrachte Gesetzentwurf über die Anzeigensteuer sichtlich und fühlbar im Banne dieser Vorstellung konzipiert worden. Ich habe davon an anderem Orte bereits des näheren gesprochen*.

Diese simplistische Auffassung mag wohl bei einem gewissen Teile des Annoncenwesens, mit welchem das Publikum allerdings aktiv in die stärkste Berührung kommt, bei den sogenannten „Kleinen Anzeigen", ihre Richtigkeit haben. Bei dem eigentlichen Inseratengeschäft jedoch kommen unendlich schwierigere Vorgänge in Betracht. Hier handelt es sich um ein kompliziertes System verbindlicher und unverbindlicher Tarife, offener und versteckter Rabatte, offizieller und nicht-offizieller Usancen, die selbst dem Fachmanne noch hin und wieder Überraschungen bieten.

* Garr, Die Inseratensteuer, S. 24, 25.

Diese verwickelten und höchst labilen Verhältnisse werden verbunden und beherrscht durch ein großes, dem Gemeinschaftsleben überhaupt innewohnendes Prinzip: Das Recht des Stärkeren.

Viele Seiten der Zeitungskataloge sind bedeckt mit den Insertionstarifen der Blätter. Man ist immer wieder erstaunt darüber, in wie relativ wenig Fällen diese Tarife in der Praxis wirklich voll zur Geltung kommen. Nur eine ganz dünne Oberschicht sehr verbreiteter und sehr gut fundierter Blätter vermag an ihren Tarifen vollkommen festzuhalten; aber auch in diesen Reihen werden den großen Inserenten und den Annoncenbureaux hin und wieder Rabatte bewilligt, die eigentlich schon eine, wenn auch geringfügige, Abänderung des Tarifes sind.

Sieht man von dieser Oberschicht von Blättern, die in ihrem Verbreitungsgebiete eine Art Publizitätsmonopol haben, auf Grund dessen sie ihren Preis frei und nach eigenem Ermessen bestimmen können, ab, so wird man als allgemeine Regel wahrnehmen, daß die Tarife durch Gewährung von Rabatten eine durchgängige Herabminderung erfahren. Der Grad dieser Reduktion wird bedingt durch die Publizitätskraft des Blattes, seine Bedeutung für den Inserenten und den Grad des Bedürfnisses nach der in Aussicht stehenden Inseratenannahme. Ein gut fundiertes Blatt wird sich hüten, durch Annahme unterwerteter Insertionsaufträge sich die Preise zu verderben und seine Position auf dem Annoncenmarkt zu verschlechtern; ein in Geldnöten befindliches, nach Bareinnahmen fahndendes Zeitungsunternehmen wird naturgemäß nach jedem Inseratenauftrag greifen, auch wenn er noch sehr unter dem Tarife bleibt, ja den Tarif selbst völlig ignoriert. Da nach Schmidt's Behauptung* reichlich 1000 von den in Deutschland existierenden zirka 8000 Zeitungs- und Zeitschriftenunternehmungen mit ständigen Unterbilanzen arbeiten oder sehr schlecht rentieren und gut ein Fünftel aller deutschen Zeitungsgeschäfte sanierungsbedürftig sind, außerdem sehr viele Blätter mit zu geringem Kapital in Angriff genommen werden und infolgedessen selbst bei günstiger Entwicklung stets nach Bargeld begierig sind, wird diese letzte Gruppe als ziemlich umfangreich angesehen werden müssen.

Aber selbst widerstandsfähigere, in geordneten materiellen Verhältnissen befindliche Zeitungen von guter Verbreitung werden sich zu starken Konzessionen herbeilassen, wenn sie sich nicht

* Kauf, Gründung und Finanzierung von Zeitungen. Vorwort und S. 11.

dem einzelnen Inserenten, sondern den eine Kollektivität von Kunden, eine Mehrzahl jährlicher Inseratenaufträge repräsentierenden Inseratenbureaux und Annoncenexpeditionen gegenübersehen.

Die Inseratenbureaux schieben sich zwischen die Inserenten und die Blätter ein. Sie sind darauf aufgebaut, daß sie den Kunden kostenlos den gesamten Verkehr mit den Zeitungsadministrationen abnehmen, ihm an die Hand gehen und seine Aufträge besorgen, ohne daß ihm daraus Mühe oder Spesen erwachsen*. Sie müssen sich daher bei den Zeitungen, denen sie die Annonce übermitteln, bezahlt machen. Das geschieht in der Weise, daß sie bei den Blättern Rabatte ansprechen und auch erhalten. Für die Blätter repräsentieren die Bureaux einerseits eine Bequemlichkeit, da es doch einfacher ist, mit einigen Bureaux, als mit vielen hundert vereinzelten Kunden abzurechnen und zu verkehren, außerdem übernehmen die Bureaux auch noch das Impegno, da sie die vermittelten Aufträge monatlich abzurechnen verpflichtet sind, gleichviel, ob der Auftraggeber sich als solvent erweist oder nicht. Anderseits sind sie für die Blätter eine Gefahr, da sie die Administrationen und Verleger von dem direkten Verkehr mit der Kundschaft ausschließen und so langsam der Fühlung mit dem Markte berauben, was natürlich eine immer größere Abhängigkeit der Blätter von den Annoncenbureaux herbeiführen muß.

Dazu kommt noch ein Moment: Nicht immer erhalten die Bureaux den Inseratenauftrag mit gebundener Marschroute; häufig genug geschieht es, daß nur ein Teil der Blätter, in welchen eine Annonce erscheinen soll, fix angegeben wird, während es dem Ermessen des Bureaux überlassen bleibt, für den Rest geeignete Vorschläge zu machen**. Manchmal lautet der Auftrag überhaupt nur auf eine bestimmte Anzahl von Einrückungen in Blättern bestimmter Gegenden, was dann dem Bureau die Wahl der Blätter ziemlich frei läßt. Die Zeitungen sind also in dieser

* Vergl. Mosses Zeitungskatalog 1911, S. 7—8. „Vorteile für den Inserenten, der sich zur Besorgung seiner Anzeigen der Annoncenexpedition Rudolf Mosse bedient."

** Mosses Katalog drückt sich darüber — sehr charakteristisch — wie folgt aus: „Welche unter den Tausenden von Tageszeitungen etc. für den Inserenten die geeignetsten Organe sind, kann nur individuell von Fall zu Fall entschieden werden; dem Inserenten kommt hiebei unsere langjährige Erfahrung besonders zu statten." Natürlich bevorzugen die Annoncenexpeditionen jene Blätter, die ihnen den größten Rabatt gewähren. Kellen, Die Entwicklung des Anzeigewesens. (Studien über das Zeitungswesen.) S. 299.

Hinsicht von der Wohlgeneigtheit und dem guten Willen der Annoncenbureaux ziemlich stark abhängig.

Dieser kondensierten Macht der Bureaux stehen die Blätter gar nicht oder nur recht ungenügend organisiert gegenüber. Bestehen gegenseitige Abmachungen über die Maximalhöhe der zu gewährenden Rabatte, so werden sie oft genug nicht eingehalten. Ich finde es als wünschenswert hingestellt, daß die Rabatte bei Jahresaufträgen mit $33^1/_3\,\%$ zu limitieren wären, wobei gleichzeitig angedeutet wird, daß jetzt Rabatte von 50, 60 und 80% eingeräumt würden*. Im Vereinsorgane der deutschen Zeitungsverleger wird es emphatisch gepriesen, daß eine Zeitung einer Zigarettenfabrik nicht mehr als 40% Rabatt gewähren wollte und den Auftrag lieber ausschlug. Die Überschrift lautet: „Der Segen fester Rabatt-Tarife". Das gleiche Verlegerblatt verzeichnet auch einen Fall, wo ein Rabatt von 60% gegeben wurde, ohne besondere Emotion**. In der Möglichkeit, solche Rabatte zu erzielen, das heißt, sich von den Tarifen der Blätter überhaupt zu emanzipieren, liegt aber die beste und sicherste Erwerbsmöglichkeit der Annoncenbureaux.

Die offiziellen Rabatte, welche die Blätter zugestehen, sind dem Großinserenten in der Regel bekannt; er verlangt also von den Bureaux alsbald, daß ihm dieser zu gewärtigende Rabatt voll in Anrechnung gebracht werde, und setzt es auch durch***. Die Bureaux müssen also in solchen Fällen neben diesem offiziellen Rabatt ihre Marge suchen. Bei den großen Blättern wird ihnen das nicht leicht fallen, und wenn sie überhaupt einen höheren als den offiziellen Rabatt erzielen, wird es nicht übermäßig viel sein. Sie müssen sich also bei den von ihnen abhängigeren, in höherem Maße inserat- und geldbedürftigen Blättern schadlos halten. Das geschieht nun im weitesten Maße. Während die Annonce dem Auftraggeber tarifmäßig mit einem entsprechenden, sogar recht hohen Rabatt in Rechnung gestellt wird, geht an eine Reihe wenig widerstandsfähiger und einnahmebedürftiger Blätter sowie an neugegründete und daher besonders

* Meißner, Entwicklung, Bedeutung und Aufgaben der deutschen Fachpresse. (Studien über das Zeitungswesen, Frankfurt a. M. 1907.) S. 86, 87.

** Der Zeitungsverlag, Jahrg. XII, Nr. 30, S. 666 und Nr. 34, S. 736. (Elsner, Zur Frage des Anzeigenrabatts im Konkursverfahren.)

*** Das kommt auch in dem zitierten Programm der Expedition Mosse zum Ausdruck: „Die bedeutenden Umsätze," heißt es dort, „welche unser Institut mit den einzelnen Zeitungen erzielt, setzen es in den Stand, bei größeren Aufträgen erhebliche Preisreduktionen einzuräumen."

entgegenkommende Zeitungen* die aufgegebene Annonce mit fixem Preisangebot hinaus. Ohne Rücksicht auf Tarife wird dem Blatte der Auftrag zu einem bestimmten Pauschalpreise mit dem lockenden Beisatze sofortiger Zahlbarkeit angeboten. Die Blätter nehmen an, und das Bureau erzielt einen Gewinn von 30 bis 50%.

Aber auch bei der besser fundierten Großstadtpresse richten die Bureaux infolge der zwischen den einzelnen Journalen bestehenden heftigen und erbitterten Konkurrenz ziemlich viel aus. In Wien existiert eine Vereinbarung zwischen den Bureaux, der Kundschaft nicht mehr als 20% vom tarifmäßigen Preise zu bonifizieren; die Blätter halten sich mit Rücksicht auf die Bureaux ebenfalls an diese Regel für gebunden. Nichtsdestoweniger wissen die Inserenten höhere Rabatte durchzusetzen, ebenso wie die Zeitungen sie gewähren. Die Bureaux erhalten, von einigen Ausnahmen abgesehen, bei den Blättern bis zu 25 und 30% Rabatt. Nur sehr wenige Blätter halten an der Rabattgrenze fest und gehen davon nicht ab, so z. B. in Wien das „Neue Wiener Tagblatt", das unter keinen Umständen mehr als 15% Rabatt gewährt.

Vielfach herrscht auch der Usus, bei Annoncenaufträgen von einer bestimmten Höhe an, gleichsam als Prämie, eine Textreklame unentgeltlich zur Verfügung zu stellen. Wiener Blätter konzedieren den Bureaux oder einzelnen bevorzugten Großinserenten beispielsweise für einen Inseratenauftrag im Werte von K 300 bis 500 5 bis 8 Gratis-Reklamezeilen im Textteil. Auch hier liegt eine Erwerbsmöglichkeit für die Bureaux, die der Kundschaft die Textreklame zu dem sehr hohen Zeilenpreise berechnen, während sie sie bei den Blättern sehr oft als Beigabe gratis erhalten.

Eine Steigerung erfährt die Tätigkeit und der Ertrag der Annoncenbureaux dadurch, daß diese Besitzer oder Pächter des Annoncenteils verschiedener Blätter sind und diesen nun möglichst viel Aufträge zuzuwenden trachten**. Die Firma Rudolf

* Schmidt, l. c. S. 134: „Zeitungen, die den Annoncenexpeditionen einen besonders hohen Rabatt einräumen, werden von ihnen immer zuerst berücksichtigt, und junge Unternehmen werden sich den Annoncenbureaux immer etwas reichlich entgegenkommend zeigen."

** „Eine Annoncenexpedition wird der Kundschaft begreiflicherweise stets zuerst ihre eigenen Zeitschriften oder solche, deren Inseratenteil oder Inseratenseiten von ihr gepachtet sind, aufzureden suchen, in zweiter Linie solche Zeitschriften, die der Annoncenexpedition einen hohen, ja den höchsten Eigenrabatt gewähren, also meist nur kleine und minderwertige Blätter." Meißner, l. c. S. 87, 88.

Messe hat die Regie über die Anzeigen von ca. 58 Zeitungen und Zeitschriften in und außerhalb Deutschlands. Es liegt mir ein Prospekt der Agence Havas vor, in welchem sie eine Liste der französischen Provinzpresse gibt und die Zeitungen, für welche sie zur Inseratenannahme allein berechtigt ist, mit einem Sternchen bezeichnet. Von den zirka dritthalbhundert Blättern befinden sich danach nicht weniger als 74 in der Regie der Agence Havas.

Die Inseratenakquisition durch die Blätter selbst geht merklich zurück, was unter den geschilderten Umständen nicht wundernehmen kann, die Agenten arbeiten zumeist für Annoncenexpeditionen. Das Agentenmaterial ist meist wenig verläßlich*; fingierte oder faule Bestellungen und infolgedessen Provisionen für unrealisierbare Aufträge waren so häufig, daß die Blätter zumeist ohne großen Schmerz auf die direkte Verbindung mit Annoncensammlern verzichten. Sie werden dadurch allerdings von den Annoncenexpeditionen immer abhängiger, und das ist ein Schaden, denn die Bureaux vermögen, wie Bücher** mit Recht sagt, „die Blätter zu manchem zu zwingen, was dem wahren Berufe der Presse widerstreitet".

* Bewegliche Klagen über die Qualität der Annoncenagenten beispielsweise im „Zeitungs-Verlag" 1911, Nr. 38, Sp. 824.

** Kultur der Gegenwart, I., 1. S. 506.

VII.

Wir haben im Laufe dieser Untersuchung gesehen, wie die Druckerei von Anbeginn ein an den Besitz ansehnlicher Geldmittel gebundenes Gewerbe ist, wie zugleich mit ihr das kapitalistische Wesen seinen Einzug in die Welt des Schrifttums hält, wie die ersten Zeitungen schon ansehnliche Kapitalien erfordern, mit hohen Pacht- und Anerkennungsgeldern an den Fiskus belastet sind, höchst namhafte jährliche Aufwendungen bedingen und wie dies sich mit jedem Fortschritt in der Entwicklung und Technik nur noch immer stärker ausgeprägt hat. Wir haben festgestellt, daß durch den Telegraph eine weltumfassende Nachrichtenspedition im großen möglich und alsbald auch als kapitalistisches Unternehmen in Angriff genommen und in monopolistischer Weise fortgebildet worden ist.

Wir haben verfolgt, wie das aus den Banden des staatlichen Intelligenzprivilegs befreite Anzeigenwesen sich rapid die Tagespresse erobert, durch seine Erträge die Ausgestaltung der Blätter ermöglicht, ihnen eine breitere materielle Basis schafft und schließlich zum Tragbalken, Motor und Kompaß der ganzen komplizierten kapitalistischen Organisation wird, deren wirtschaftliche Grundlagen wir im vorstehenden geprüft haben. Die Fesseln und Rücksichten, die in früheren Zeiten das Zeitungswesen einengten und beschwerten — Macht und Willkür der Regierenden, Zensur und Bevormundung, drückende Abgaben — sind gefallen und andere, indirekte, mittelbare Abhängigkeiten sind an ihre Stelle getreten. Aber sie alle machen sich nicht halb so einschneidend geltend, wie die Abhängigkeit der durchschnittlichen modernen Zeitung vom Publizitätsmarkte, vom Inseratenhandel, wie die Tatsache der zunehmenden Auflösung des modernen Zeitungsbetriebes in verschiedene kommerzielle Operationen und Prozesse. Unter den vielen Abhängigkeiten, in welche die heutigen Zeitungen durch die Schwäche oder Berechnung ihrer Herausgeber und

durch die Macht wirtschaftlicher und sozialer Tatsachen verstrickt sind — Abhängigkeit von Regierungen und Informationsquellen, Abhängigkeit vom Ehrgeiz oder vom Erwerbsinteresse des Verlegers, seiner Geldgeber und Freunde, Abhängigkeit von Großinserenten und Inseratenbureaux — wiegen die wirtschaftlichen Abhängigkeiten am schwersten. Es ist das begründet in dem ganzen historischen Werden und gegenwärtigen Sein des Zeitungswesens als einer kapitalistischen Unternehmung. Daß es glücklicherweise Blätter gibt, in deren Führung sich die kapitalistische *intentio lucri* mit sachlicher Unnahbarkeit und vollkommener Ehrlichkeit verbindet, daß in den deutschen Blättern bei der Behandlung staatlicher und öffentlicher Angelegenheiten Privatinteressen — nach französischem Beispiel — zumeist nicht entscheidend sind, darf nicht darüber hinwegtäuschen, daß in der überwiegenden Mehrzahl der Fälle die Zeitung eine pure Kapitalsanlage ist, die große Summen bindet, ein auf Gewinn berechnetes Unternehmen, hinter dessen Erwerbsrücksichten andere Interessen und Bedenken zumeist zurückstehen müssen. Die Zeitungen wechseln heute den Besitzer wie jedes andere Vermögensobjekt und damit auch oft genug die Richtung. Vielfach haben sie überhaupt keine bestimmte Richtung. Die von Stoklossa* verzeichnete Tatsache, daß nur bei 59% der von ihm durchgesehenen Stellenangebote und bei 26% der Stellengesuche von Redakteuren die politische Stellung angegeben war, ist in ihrer grausamen Plastik nicht zu überbieten. Das Zeitungswesen ist, je nach seiner Ausbildungsform, Industrie oder Gewerbe geworden, ein Teil des Druck-, Verlags- oder Papiergeschäftes, wie denn in Osterreich große Blätter sich im Besitz von Papierfabriken befinden und gleichsam als ein Teil des Fabriksbetriebes bewirtschaftet werden und überhaupt viele Zeitungen Nebenbetriebe von Druckereigeschäften und von deren Interessen abhängig sind**.

* Der Arbeitsmarkt der Redakteure. Schmoller's Jahrbuch XXXV, 2, S. 299.

** Jede Kritik muß in der Zeitung schweigen, wenn als Repressalie die Entziehung eines Druckauftrages droht, denn Buchdruckerei und Zeitung sind eins, und der Besitzer will verdienen. „Das Eintreten für nationale Politik," klagt ein Provinzredakteur in der Umfrage der Deutschnationalen Korrespondenz (Wien, 1909, Nr. 9) über die deutsche Provinzpresse, „wird nur so weit gehen können, als der betreffende Geldgeber (meist ein Buchdrucker) hiedurch keinen Schaden erleidet. Und erwägt man ferner, daß gerade in kleinen Orten jeder Gewerbsmann sich möglichst allen Parteien gewogen zeigen muß, so kann man ungefähr ermessen, wie die Politik dieser Presse ist."

Daß dies zum Schaden des öffentlichen Wesens ist, darüber kann kein Zweifel sein. Es läßt sich aber nicht feststellen, daß die öffentliche Meinung gegen diese Verhältnisse revoltiere oder ankämpfe. Man klagt über die Zeitungen, aber man nimmt die Verhältnisse hin, wie sie sind und trachtet von ihnen zu profitieren. Schmidt*, der wahrhaftig kein empfindsamer Reisender ist, sondern ein Mann, der die Zeitung als Geschäft betrachtet und von ihr gar nicht anders spricht, stellt fest: „Besteht an einem Orte eine weitverbreitete Zeitung, die es sich leisten kann, keinen Rabatt zu gewähren und redaktionelle Hinweise abzulehnen, so ist ein großer Teil der Inserenten, die diese Zeitung nicht entbehren können, auf das Blatt nicht gut zu sprechen. Die Leute bekommen die gewünschten Vergünstigungen von allen übrigen Blättern eingeräumt, nur bei dem einen nicht, bei dem es ihnen den größten Vorteil brächte. Deshalb sind sie erbittert." Der Geschäftsmann sagt hier nicht zu viel; ein hochqualifizierter, in angesehener Stellung befindlicher Journalist, der Chefredakteur der „Kölnischen Zeitung", kommt zu ganz ähnlichen Schlüssen**. „Das Publikum," schreibt er, „sollte stets dessen eingedenk sein, daß es sich mit dem Preise für die Annonce nichts anderes erkauft als das Recht auf die Publizität, auf die Wirksamkeit durch die Verbreitung der Zeitung, daß es aber die Zeitung als Organ der öffentlichen Meinung herabwürdigt und entehrt, wenn es mit der Annonce einen Hinweis im allgemeinen Teile fordert oder gar den Annoncenauftrag davon abhängig macht, daß schon vorher im allgemeinen Teil für die anzupreisende Ware Reklame gemacht wird. Das sind Ansprüche, die heute noch leider täglich an jede Zeitung herantreten und die nicht immer und überall abgewiesen werden." Wie in der Kleinstadt der Geschäftsmann, Verein oder Beamte, welcher dem Drucker und Verleger des Lokalblattes eine Drucksortenbestellung aufgibt, die Prätention hat, daß das Blatt nunmehr ihm in allen Stücken zur Verfügung stehen müsse, so wird in der Großstadt der Großinserent von dem Blatte, dem er Aufträge zuwendet, alle mögliche Rücksicht auf seine geschäftlichen und privaten Interessen verlangen und die Annoncenbureaux stehen ihm dabei zur Seite. Desgleichen wird das Verkehrsunternehmen, das bei einer Druck- und Verlagsgesellschaft Drucksachen herstellen läßt, das Theater, das dort seine Programme bestellt, ähnliche Ansprüche

* l. c. S. 18.

** Ernst Posse, Die moderne Zeitung, Deutsche Revue, XXXV. S. 214.

hegen und es als eine unbegreifliche Bosheit und Ungerechtigkeit ansehen, wenn es damit nicht durchdringt. Und sehr merkwürdig ist es, daß die öffentliche Meinung, sobald sie wahrnimmt, daß sich in den Blättern Privatinteressen zur Geltung bringen, für diese Erscheinungen immer vorzugsweise die Redakteure verantwortlich macht und sehr selten die Verleger. Mit Recht wendet Bücher* da ein: „Auch die Kunst des Journalisten geht nach Brot, und dieses Brot reicht zunächst der Zeitungsverleger, der ein mit der fortgeschrittenen Technik immer größer gewordenes Kapital in der Unternehmung angelegt hat. Seine Interessen können in Widerstreit geraten mit der Überzeugung der Redaktion. Wer wird als Sieger aus diesem Konflikt hervorgehen?"

Indem diese Fragen berührt werden, verläßt die gegenwärtig Untersuchung eigentlich bereits den Bereich jener wirtschaftlichen Phänomene, deren Darstellung sie gewidmet ist. Neue Ziele und Reformen im Zeitungswesen vorzuschlagen, die Schäden der merkantilen Meinungsmache festzustellen, ist Sache der Politik, sie zu bekämpfen, Sache des positiven Rechtes. Ihnen gehört es zu, sich mit jenem inneren Widerspruche zu beschäftigen, der — nach Büchers** schönem Wort — darin liegt, daß „in dem Tempel, wo Gerechtigkeit und Wahrheit gepredigt werden sollen, auch Käufer und Verkäufer ihre Tische aufstellen, und daß in Fällen, wo das Volk den unbestechlichen Priester der Wahrheit zu vernehmen glaubt, nur die geschickt verhüllte Stimme des bezahlten Marktschreiers ihm entgegentönt." Wie es denn auch Sache der politischen oder juristischen Betrachtung ist, den Beruf der Zeitung zu definieren und ihre Pflichten zu begrenzen.

Zweck dieser Schrift ist es gewesen, neben der so eifrig und oft erörterten idealen Mission, die reale Funktion des modernen Zeitungswesens aufzuzeigen und in Anschlag zu bringen.

---

* Kultur der Gegenwart, I. 1, S. 493, 494.
** l. c., S. 506.

Vita.

Am 16. August 1882 wurde ich, Max Garr, als Sohn des seither verstorbenen Kaufmannes Josef G. und seiner Gattin Frau Bertha Garr zu Wien geboren. Daselbst habe ich auch meine Schulbildung erhalten und das Gymnasium von 1892 bis 1899 besucht. Ich verließ diese Schule nach der sechsten Klasse aus privaten und materiellen Gründen und setzte das Gymnasialstudium nicht weiter fort. Alsbald habe ich mich trotz meiner großen Jugend der Schriftstellerei zugewendet und eine Reihe von Aufsätzen literarischen und politischen Inhalts für Zeitungen und Zeitschriften verfaßt. Gleichzeitig begann ich staatswissenschaftliche Studien, die ich seither fortgesetzt habe. Nachdem ich von 1900 bis 1903 politischer Mitarbeiter des „Wiener Tagblatt" gewesen, wurde ich Ende 1903 als Korrespondent des „Fremden-Blatt" nach Konstantinopel gesandt. 1905 ging ich in gleicher Eigenschaft nach Paris. Noch im selben Jahre folgte ich einer Berufung in das k. k. Ministerratspräsidium, wo ich durch fünf Jahre als Hilfsarbeiter tätig war. Während dieser Zeit verfaßte ich eine Reihe staatswissenschaftlicher Arbeiten, die einer hohen Fakultät vorgelegen sind. Drei davon („Die österreichische Wahlreform", „Die parlamentarische Obstruktion in Österreich", „Die ständischen Elemente in der ungarischen Politik") wurden von Gustav von Schmoller im „Jahrbuch für Gesetzgebung, Verwaltung uud Volkswirtschaft" herausgegeben, zwei andere („Parlament und Presse" und „Die Inseratensteuer") wurden von E. Bernatzik und E. von Philippovich in die „Wiener Staatswissenschaftlichen Studien" aufgenommen, eine Arbeit („Die Frage der Wahlreform in Frankreich") erschien in der von Richard Schmidt und A. Grabowsky herausgegebenen „Zeitschrift für Politik". Im Herbst 1910 vertauschte ich die Stellung im Staatsdienste mit der eines Präsidialsekretärs der k. k. priv. Allgemeinen Österreichischen Bodenkredit-Anstalt in Wien, die ich gegenwärtig inne habe. Die vorliegende Dissertation verdankt einer Anregung des Herrn Prof. Dr. Stephan Bauer in Basel ihre Entstehung.

MAX GARR.

Druck der Österreichischen Zeitungs- und Druckerei-A.-G. (Karl Groák), Wien III.

MSH 27409

END OF
TITLE